

Informe Final De La Planeación Estratégica y Propuesta Administrativa- Legal Del
Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre

Daniela Rentería Campaña

Universidad Tecnológica de Pereira

Nota del Autor

Daniela Rentería Campaña, Escuela de Turismo Sostenible, Facultad de Ciencias
Ambientales, Universidad Tecnológica de Pereira.

La correspondencia en Relación con Este Proyecto Debe Dirigirse a Daniela Rentería
Campaña, Escuela de Turismo Sostenible, Facultad de ciencias ambientales, Universidad
Tecnológica de Pereira, Cl. 27 # 10 - 02, Email: d.renteria@utp.edu.co

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Informe Final De La Planeación Estratégica y Propuesta Administrativa- Legal Del
Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre

Daniela Rentería Campaña

Asesora: Carmen Alviria Márquez Castaño

Administradora en Gestión del Turismo Sostenible

Universidad Tecnológica de Pereira

Agosto 2018

Nota del Autor

Daniela Rentería Campaña, Escuela de Turismo Sostenible, Facultad de Ciencias
Ambientales, Universidad Tecnológica de Pereira.

La correspondencia en Relación con Este Proyecto Debe Dirigirse a Daniela Rentería
Campaña, Escuela de Turismo Sostenible, Facultad de ciencias ambientales, Universidad
Tecnológica de Pereira, Cl. 27 # 10 - 02, Email: d.renteria@utp.edu.co

Trabajo de grado para Optar por el título Profesional de Administración del Turismo
Sostenible.

DEDICATORIA

*Dedico este trabajo de grado a Dios por
las bendiciones recibidas, por permitirme
Culminar otra etapa de mi vida.*

*A mi familia por ser mi apoyo
Incondicional en este nuevo camino,
ya que son mi mayor motivación
para salir adelante.*

*A mis profesores
por ser esas personas que contribuyeron con mí
proceso y fueron parte
motivadora para emprender
Un nuevo camino.*

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme guiado en este proceso tan importante de mi vida.

A los maestros que me orientaron en el transcurso de mi carrera, a mi asesora de trabajo de grado por sus valiosa orientación, colaboración y paciencia que han hecho posible este gran trabajo de esfuerzo y dedicación.

A mi familia por ser tan constante, perseverante y paciente, por estar siempre conmigo y compartir tantos momentos juntos.

Así mismo a todas las personas que de alguna u otra manera colaboraron para que este sueño se hiciera realidad.

CONTENIDO

1.	RESUMEN.....	10
2.	INTRODUCCIÓN.....	12
3.	OBJETIVO GENERAL	14
3.1	Objetivo específico.....	14
4.	INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	15
4.1	Información básica del hotel campestre entrepalmas ecolodge.	16
4.2	Descripción de los servicios.	17
4.3	Misión	18
4.4	Visión	18
4.5	Estructura organizacional.....	19
4.6	Valores corporativos	19
5.	DESCRIPCIÓN PRÁCTICA EMPRESARIAL CONDUCENTE A TRABAJO DE GRADO	22
6.	ESQUEMA METODOLÓGICO.....	24
6.1	Fuente de recolección de información	25
6.2	Técnica de recolección de operacional.....	25
7.	DEFINICION Y ELEMENTOS DEL PLAN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA EL ENTREPALMAS ECOLODGE HOTEL CAMPESTRE	27
8.	RESULTADOS OBTENIDOS	29
8.1	Diagnostico empresarial.....	29
8.2	Matriz de evaluación por áreas.....	29
8.3	Análisis de los resultados encontrados.....	30
9.	RESULTADOS DE LOS COMPONENTES.....	31
9.1	Área lineamiento básico estratégico.....	31
9.2	Área de mercadeo y ventas.....	31
9.3	Área producción y operaciones.....	32
9.4	Área financiera.....	32
9.5	Área talento humano.....	32
9.6	Área de asociatividad.....	33
10.	PLAN DE MEJORAMIENTO.....	34

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

11. IDENTIFICACIÓN TÉCNICA DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS LINEAS DE NEGOCIO EXISTENTES.....	35
11.1 Servicios complementarios, la experiencia, la experiencia Entrepalmas, el segmento de mercado y canales de distribución de cada producto.	36
12. PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS PARA CADA LINEA DE NEGOCIO....	37
12.1 Alojamiento.....	37
12.2 Alimentos y bebidas.	39
12.3 Servicios complementarios.	40
13. PROCESOS, PROCEDIMIENTOS PARA LAS ÁREAS DE APOYO.....	41
14. PROMESA SE SERVICIO.....	42
15. FICHA TÉCNICA DE ELEMENTOS ASIGNADOS EN CADA PUESTO DE TRABAJO.	42
16. MARCO ESTRATEGICO.....	44
16.1 Estructura orgánica del establecimiento.....	44
16.2 Programa de sensibilización e información.....	45
16.3 Políticas.....	45
16.4 Manual de incentivos.	47
16.5 Objetivos y metas, a corto, mediano y largo plazo.	48
16.6 Matriz DOFA.	48
16.7 Balanced scorecar.....	50
16.8 Registro de quejas y reclamos.....	51
17. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
17.1 Conclusiones	52
17.2 Recomendaciones.....	54
18. BIBLIOGRAFIA.....	55
18. REFERENCIAS	55
19. ANEXOS.....	56
19.1 Anexo 1 - Herramienta de diagnóstico empresarial.	56
19.2 Anexo 2 - Matriz de evaluación por áreas.....	63
19.3 Anexo 3 - Organización y planificación empresarial	65
19.4 Anexo 4 - Identificación técnica de los diferentes productos y servicios de las líneas de negocios existentes.	67
19.5 Anexo 5- Servicios complementarios, la experiencia, la experiencia entrepalmas, los segmentos de mercado y canales de distribución.....	71

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

19.6 Anexo 6- Procesos, procedimientos y protocolos para cada línea de negocio.	76
--	----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Información básica Hotel Campestre Entrepalmas.	16
Tabla 2. Servicios Hotel Campestre Entrepalmas	18
Tabla 3. Matriz de evaluación por áreas.....	29
Tabla 4. Calificación Matriz Evaluación por área.....	30
Tabla 5. Plan de mejora por áreas.	34
Tabla 6. Método de calificación plan de mejora.	35
Tabla 7. Identificación de servicios complementarios y políticas.....	36
Tabla 8. Procesos, procedimientos y protocolos para Alojamiento.	38
Tabla 9. Procesos, procedimientos y protocolos para A&B.....	39
Tabla 10. Procesos, procedimientos y protocolos para servicios complementarios.....	40
Tabla 11. Manual de cotización y proceso de contratación.....	41
Tabla 12. Registro de dotación y elementos de protección.	43
Tabla 13. Manual de incentivos.	47
Tabla 14. Matriz DOFA.	49
Tabla 15. Balanced scorecard.....	50

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustraciones 1. Estructura organizacional	19
Ilustraciones 2. Resultados obtenidos por áreas.....	30
Ilustraciones 3. Promesa de servicio y política de servicio.....	42
Ilustraciones 4. Estructura organizacional.....	44
Ilustraciones 5. Objetivos y metas.....	48
Ilustraciones 6. Objetivos y metas.	51

LISTA DE ANEXOS

19.1 Anexo 1 - Herramienta de diagnóstico empresarial.....	56
19.2 Anexo 2 - Matriz de evaluación por áreas.....	63
19.3 Anexo 3 - Organización y planificación empresarial.....	65
19.4 Anexo 4 - Identificación técnica de los diferentes productos y servicios de las líneas de negocios existentes.	67
19.5 Anexo 5- Servicios complementarios, la experiencia, la experiencia entrepalmas, los segmentos de mercado y canales de distribución.....	71
19.6 Anexo 6- Procesos, procedimientos y protocolos para cada línea de negocio.	76

1. RESUMEN

El presente trabajo, titulado *ELABORAR LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y LA PROPUESTA ADMINISTRATIVA-LEGAL PARA EL ENTREPALMAS ECOLODGE HOTEL CAMPESTRE*, el cual se realiza según el surgimiento de las necesidades propuestas ya que al ser un hotel nuevo en el mercado, requiere apoyo en el área administrativa, el cual se solicitó a la Universidad Tecnología de Pereira al programa de Administración del Turismo Sostenible.

Para dicho apoyo se partió del termino administración, que comúnmente es entendido como la idea que se refiere a una función que se desarrolla bajo el mando de otro; de un servicio que se presta, en este caso un servicio turístico que brinda alojamiento a los viajeros que buscan descansar en un ambiente natural, también se entiende como un proceso social que tiene como objetivo principal planear y regular de una forma eficiente las operaciones de una empresa con el fin de lograr un propósito dado.

Como lo expresa (Ponce. P. 17) [1], citando a Henry Fayol donde: “administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”, siendo esta la función de lograr que las cosas se realicen dando instrucción a otros con el fin de obtener resultados. El también indica que la coordinación es apuntar a la delegación de tareas.

Existen muchas definiciones, métodos y estrategias para bordar la administración en una empresa como en este caso en el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, es menester saber que muchas de estas definiciones se asemejan a lo que es la administración y el apoyo que se le puede brindar a la misma, abordando. (Ponce, 2004)

Es así que para alcanzar el objetivo de la práctica empresarial, se parte de un diagnostico empresarial en el que se pretende conocer la situación actual de la organización como también proponer un plan de mejoramiento teniendo en cuenta los factores externos a este, en el cual influye mucho la ubicación, los competidores directos como las fincas aledañas que prestan servicio similar. El diagnóstico se aborda de la herramienta de diagnóstico empresarial, estructurada por el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), el cual comprende seis perspectivas fundamentales para

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

evaluar cada una de las áreas de una empresa he identificar los procesos y estándares con los que cuenta o no la organización, de dicho diagnostico surge un plan de mejoramiento que lleva a abordar una serie de requisitos que son base para el cumplimiento de los objetivos.

Teniendo en cuenta la preocupación del área administrativa por debelar las falencias en cada una de las áreas que integran el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, se lleva a considerar el plan de mejoramiento con el respectivo cronograma de actividades que es propuesto inicialmente como el eje de la práctica, con el fin de mejorar en cada una de las áreas.

Podemos concluir que para la empresa es una ventaja competitiva el estudio estipulado, al igual que para el estudiante de Turismo Sostenible la ejecución de este proceso de diagnóstico empresarial se convierte en una experiencia significativa de adquirir conocimientos relacionados con la implementación de la herramienta de diagnóstico, el análisis de los resultados y la elaboración de un plan de mejoramiento.

PALABRAS CLAVE: Diagnostico empresarial, Identificación de técnica de líneas de negocio, Marco Estratégico, Plan Administrativo y Plan de Direccionamiento Estratégico.

2. INTRODUCCIÓN

El siguiente documento muestra una propuesta para el desarrollo y la implementación de la planeación estratégica y la propuesta administrativa- legal para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, encaminada a realizar el análisis de las áreas en las que se compone el hotel; Este proyecto se realiza en pro de ayudar estratégica, administrativa y operacionalmente a la administradora general de la organización, para direccionar de la mejor manera la empresa, además de complementar y reforzar los conocimientos de los procesos internos y externos que tiene el proyecto de servicios turísticos.

Siendo el Entrepalmas Ecolodge hotel campestre una empresa nueva en el mercado de la hotelería en la ciudad de Pereira, con una competencia de varios hoteles con similitud en los servicio, donde prima el desarrollo de la propuesta empresarial para la organización que contribuye al fortalecimiento interno referente a procesos y el reconocimientos locales a nivel externo.

Para dar inicio al trabajo se optó por aplicar el método de la encuesta aplicada a la Gerente general, la cual permitió la recolección de información valiosa que permite conocer la situación actual del hotel y que acciones seguir para proponer un plan de mejoramiento.

Así mismo la metodología que contiene aspectos fundamentales que contribuyeron al desarrollo del apoyo administrativo, de tal forma que permitió el alcance de los objetivos propuestos. La encuesta que dio respuesta al cuestionario propuesto, fue otro de los aspectos que se incluyen en el análisis de los resultados obtenidos, con el fin de dar a conocer el proceso mediante el cual se realizó el diagnostico empresarial inicial, el análisis de los resultados, la propuesta de plan de mejoramiento y los respectivos documentos propuestos para cada una de las áreas analizadas, en el que se logró definir el estado actual de cada una de las áreas del hotel, que conllevan a proponer un plan de mejoramiento y el desarrollo de los documentos requeridos, y por último se encuentran las conclusiones y recomendaciones.

Para concluir el estudio estipulado tiene una ventaja competitiva para la empresa, al igual que para el estudiante de Turismo Sostenible, la ejecución de este proceso de planeación estratégica y propuesta administrativa- legal para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, se convierte en

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

una experiencia significativa de adquirir conocimientos relacionados con la implementación de la herramienta de diagnóstico, el análisis de los resultados y la elaboración de un plan de mejoramiento.

3. OBJETIVO GENERAL

Realizar la planeación estratégica y la propuesta administrativa- legal, a través de la consolidación de los resultados obtenidos al Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre.

3.1 Objetivo específico

- Diagnosticar el estado actual de la prestación de los servicios turísticos del Entrepalmas Ecolodge hotel campestre.
- Realizar el análisis de los resultados obtenidos.
- Elaborar un plan de mejoramiento para cada una de las áreas, soportado con los documentos requeridos por la empresa.

4. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

El hotel está ubicado en el Km 12 vía Pereira – Alcalá en el corregimiento la Estrella, en la vereda la Palmilla. Este cuenta con 10 habitaciones, 3 dobles y 7 múltiples las cuales se diferencian y caracterizan por su nomenclatura y ubicación estratégica, esto con el ánimo de reconocer la fauna autóctona de la región y su riqueza natural; Las habitaciones son espectadoras y cómplices del diario vivir de las especies, por esto estas son llamadas como los cardenales, las tórtolas, la ardilla, la iguana, el loro, los canarios, el colibrí entre otras. Entrepalmas Ecolodge cuenta con un salón social llamado los azulejos, el cual conecta el avistamiento de las aves de esta especie. El salón social en temporada alta es utilizado como espacio de entretenimiento y recreación y en temporada baja se realizan integraciones empresariales, capacitaciones y conferencias.

La construcción del inmueble se inició desde el año 2008, sin embargo ya se encontraba registrado en la Cámara de Comercio desde el año 2012 como una empresa establecida ante la ley con el registro mercantil número 42142556-5, por medio del cual desarrollaba actividades económicas clasificadas así: I5511 actividad principal de alojamiento en hoteles, I5611 actividad secundaria de expedido a la mesa de comidas preparadas y otras actividades, R9007 por actividades de espectáculos musicales en vivo y R9319 por otras actividades deportivas y solo hasta mediados de 2015 es cuando sus dueños, los esposos Aristizábal, consideraron que se encontraba con los requisitos mínimos de calidad necesarios para prestar un buen servicio de alojamiento y de alimentos y bebidas.

El Entrepalmas Ecolodge, se complementa con actividades y productos turísticos como senderismo, Cocina tradicional y convencional, ciclo montañismo y a su vez realiza alquiler de 15 bicicletas aptas para pasadías que incluye el servicio de acompañamiento y guías turísticos que tienen conocimiento previo de las rutas de interés. Además el Hotel ofrece un plan romántico especial a clientes o visitantes.

Con respecto al nombre Entrepalmas, este hace alusión a los diferentes tipos de palmas únicas de la región que tiene el hotel en sus alrededores que son de completo disfrute para el huésped y visitante, basados en el avistamiento de lo que es reconocido como el paisaje cultural cafetero

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

teniendo la posibilidad de visualizar los frondosos cafetales desde los balcones de algunas habitaciones; Es un experiencia única que se puede vivir en familia, ya que el objetivo del hotel es promover la unión familiar.

4.1 Información básica del hotel campestre entrepalmas ecolodge.

RAZÓN SOCIAL	ENTREPALMAS ECOLODGE HOTEL CAMPESTRE
REPRESENTANTE LEGAL	ASTRID LORENA OCHOA ARIAS
TIPO DE EMPRESA	PERSONA NATURAL CON ESTABLECIMIENTO Y RÉGIMEN SIMPLIFICADO
FECHA DE CONSTITUCIÓN	5 DE MAYO DE 2015
PAGINA WEB	http://entrepalmashotel.com/
PRODUCTOS O SERVICIOS	HOSPEDAJE, A&B, ACTIVIDADES DEPORTIVAS (SENDERISMO Y CICLOMONTAÑISMO).

Tabla 1. Información básica Hotel Campestre Entrepalmas.

4.2 Descripción de los servicios.

En este apartado se describen los servicios que ofrece el entrepalmas hotel en la actualidad.

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN
Hospedaje	<p>El servicio consiste en brindar servicio de alojamiento, el hotel cuenta con 10 habitaciones, 3 dobles y 7 múltiples.</p> <p>En el proceso de selección de nombres se adopta de la fauna allí presente con el ánimo de reconocer las especies autóctonas de la región y la riqueza natural de la zona.</p>
Alimentos y bebidas	<p>El servicio consiste en brindar comida típica de la región con ingredientes que se cultivan al interior de la finca, productos naturales para el disfrute.</p> <p>El área está compuesta por una cocina tradicional y una cocina típica con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.</p>
Senderismo	<p>El servicio consiste en realizar paseo por los senderos cercanos al hotel en donde se puede observar los frondosos cafetales que integran la flora de la región y la fauna que son de disfrute para el cliente.</p>

Ciclomontañismo	<p>El servicio consiste en realizar actividades en ciclomontañismo en corregimientos cercanos al hotel, con un guía especializado y una ruta previamente diseñada que permiten observar la flora la ya fauna de la región.</p> <p>El hotel cuenta con 15 bicicletas que ofrece en alquiler y un guía turístico que están a disposición del cliente.</p>
Salón social	<p>El servicio consiste en la realización de eventos o reuniones empresariales en temporada alta ofreciendo un salón social acorde para su desarrollo.</p> <p>Y en temporada baja tenerlo a disposición del cliente, con juegos de mesa los cuales pueden solicitar al personal del hotel.</p>

Tabla 2. Servicios Hotel Campestre Entrepalmas

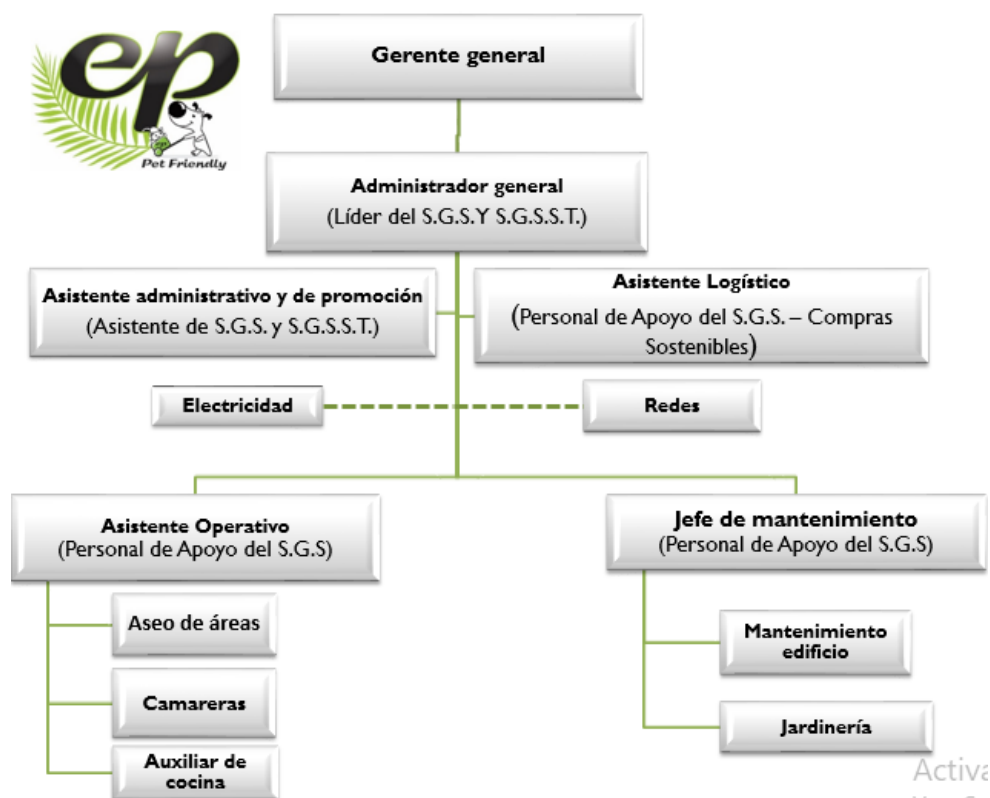
4.3 Misión

El Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, promueve la unión de familias, amigos y parejas, brindando momentos felices en espacios agradables y acogedores, donde el huésped disfrute de un ambiente de relajación con productos y servicios amigables con el ambiente.

4.4 Visión

Ser reconocidos para el año 2023, como una empresa organizada y consolidada que brinda todos los productos y servicios en una amplia oferta orientada al descanso, la relajación y el esparcimiento, contar con un reconocimiento local y regional con un gran flujo de visitantes que la respaldan, siendo una empresa exitosa con comentarios positivos y personas felices.

4.5 Estructura organizacional



Ilustraciones 1. Estructura organizacional

* **S.G.S:**

* **S.G.S.S.T:** Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.

4.6 Valores corporativos

Calidad del servicio

El Entrepalmas Ecolodge brinda calidad en los servicios ofrecidos a sus clientes potenciales superando las expectativas existentes de manera que sientan que son la razón de ser del hotel.

- **Calidez**

Este valor se relaciona la amabilidad y cordialidad con los huéspedes haciendo que se sienta cómodo y mejor que en su casa.

- **Compromiso**

El hotel cuenta con compromiso en el trabajo cumpliendo con cada una de sus labores de la mejor forma posible en la prestación de los servicios ofrecidos a los huéspedes.

- **Trabajo en equipo**

El equipo de trabajo labora en coordinación al cumplimiento de los objetivos en cada una de sus áreas de la mejor forma posible, amando lo que hace, transmitiendo al huésped el buen ambiente laboral. El trabajo en equipo es fundamental para alcanzar juntos resultados de calidad.

- **Respeto**

Es primordial ser respetuoso con los compañeros de trabajo y los huéspedes basando esta relación en los tratos éticos y socialmente establecidos.

- **Honestidad**

El hotel tiene en cuenta la calidad humana de acuerdo a los valores orientados a la verdad y a la justicia siendo sinceros y cuidadosos con los de más, tanto con los clientes internos como los externos.

- **Actitud proactiva**

El personal está capacitado y en disposición para dar solución a las diferentes dificultades que se presenten y anticiparse a ellas.

- **Actitud de servicio**

Es la disposición que los colaboradores hacia ciertas situaciones, influye para realizar nuestras actividades y nos permite facilitar u obstaculizar nuestro camino. Nuestra actitud es un estado mental influenciado por nuestras experiencias, sentimientos, pensamientos y conductas.

5. DESCRIPCIÓN PRÁCTICA EMPRESARIAL CONDUCENTE A TRABAJO DE GRADO

Desde el programa de Administración del Turismo Sostenible de la respetada Universidad Tecnológica de Pereira, se efectúa la práctica empresarial que es conducente a trabajo de grado en el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, por la estudiante Daniela Renteria Campaña quien a la fecha ha culminado su plan de estudios académico.

La práctica realizada cuenta con una duración de seis meses en los cuales se ven aplicados los conocimientos y conceptos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria que se menciona anteriormente, siendo un proceso de integral de aprendizaje que es base fundamental para adquirir experiencia y mejorar en cuanto a las relaciones en el ámbito profesional de cualquier estudiante que realice práctica empresarial.

El cargo que es ocupado al interior del hotel es denominado apoyo al area administrativa y turística, que tiene la responsabilidad de realizar el direccionamiento estratégico y contribuir al desarrollo de la propuesta administrativa – legal del hotel, a través de una serie de actividades e identificación de falencias que dieran base para realizar la documentación requerida en cada línea de negocio existente, siendo un apoyo directo en los procesos y procedimientos liderados por la Administradora General del hotel.

El Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, es un hotel nuevo en el mercado de la hotelería, que apenas está siendo reconocido a nivel local y nacional, que está ubicado en el Km 12 vía Pereira – Alcalá en el corregimiento la Estrella, en la vereda la Palmilla. Este cuenta con 10 habitaciones, 3 dobles y 7 múltiples las cuales se diferencian y caracterizan por su nomenclatura y ubicación estratégica, esto con el ánimo de reconocer la fauna autóctona de la región y su riqueza natural.

Para el cargo que se desempeña en el periodo de la práctica empresarial cabe destacar en el siguiente informe 3 elementos fundamentales como lo es el diagnosticar la empresa y analizar los resultados obtenidos, Establecer plan de mejoramiento, apoyar en los procesos y procedimientos de las líneas de negocio, elementos que deberían ser liderados por quienes serán los futuros

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Administradores del Turismo Sostenible en Colombia y que en lo personal esta práctica le aporte de una forma significativa a mi formación profesional.

6. ESQUEMA METODOLÓGICO

La metodología del diagnóstico empresarial se realizó a partir de información primaria obtenida, por medio de herramientas como la entrevista realizada a la administradora general, visitas al establecimiento y registro fotográfico a las instalaciones.

Para la documentación se tomó como base la herramienta de diagnóstico empresarial, creada por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, para la elaboración de diagnósticos empresariales, esta ayudo a obtener fueron resultados preliminares del presente diagnóstico, caracterizando cada una de las áreas fundamentales de la empresa, analizando dichos resultados y diseñando la propuesta de acciones de mejora más conveniente y coherente con la situación actual de la empresa.

Al mismo tiempo, las áreas fundamentales de la empresa analizadas fueron: área de lineamientos básicos estratégicos de la empresa, área de mercadeo y ventas, área de producción y operación, área financiera, área de talento humano y área asociativa.

De igual modo se establecen una serie de preguntas que abordan todas las áreas del hotel, que son estructuradas en la herramienta de diagnóstico empresarial ejecutada por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, que está conformada por seis componentes que permiten medir la situación actual del establecimiento hotelero; cada uno tiene establecido un rango de 16.67 que es el máximo a alcanzar, junto a un semáforo que toma el nombre de Colometria, con un mayor de 70% que establece que el hotel estaría en su punto óptimo, también cuenta con un medio que está establecido con un rango entre el 40% y el 70% que establece que el hotel está en un punto medio mencionado anteriormente, y un bajo que está en el 40%, si el hotel no alcanza dicho puntaje y se encuentra por debajo del mismo, conduce a que él no cuenta con los elementos acordes para su operación y se debe realizar una mejora continua.

Las preguntas con la respectiva metodología se encuentran como [anexo 1](#).

En cuanto a la calificación se utiliza la tabla con los respectivos componentes, con el porcentaje obtenido en cada una de ellas y el porcentaje máximo áreas, el cual se encuentra en el [anexo 2](#).

Al implementar la herramienta de diagnóstico se obtiene un resultado de 36.4%, el cual determina que el hotel no se encuentra en óptimas condiciones para prestar un excelente servicio,

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

ya que al ser el área de talento humano la más importante arroja como resultado 1,3%, el área de lineamientos estratégicos representa un 5,4%, el área de producción y operación un 5,4%, el área de financiera un 5,4%, el área de asociatividad un 5,4%, y el área que arrojó mayor puntaje es la de mercadeo y ventas con un 13,5%, siendo la que más se acerca al porcentaje máximo de 16.67.

El plan de mejoramiento se realiza a través de la matriz obtenida por medio de internet, que es realizada y ejecutada por la secretaría de educación de Medellín en conjunto con la subsecretaría de educación a las instituciones educativas con el fin de asegurar la calidad educativa, la cual permite la fácil adaptación como al hotel Entrepalmas Ecolodge ya que aborda los elementos idóneos para proponer un plan de mejoramiento junto al respectivo cronograma que permita verificar su cumplimiento.

La identificación de las líneas de negocio existentes para cada producto y servicio se realiza a través de un documento en Excel, por el cual se establecen cada una de las líneas de negocio como Alojamiento, A&B, Servicios complementarios, Transporte, Actividades, Expediciones, Atractivos, Pueblos cafeteros y Paquetes turísticos; líneas a las que se procede a realizar la documentación necesaria seguido de las políticas y experiencia que esta deja al huésped para su disfrute.

6.1 Fuente de recolección de información

Fuente primaria: Para la ejecución de la planeación estrategia y propuesta administrativa legal se tuvo como fuente primaria a la administradora general con el fin de conocer la situación actual del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre.

6.2 Técnica de recolección de operacional

La técnica que se utiliza para la realización de la planeación estrategia y propuesta administrativa legal es la encuesta; ya que por medio de esta técnica se obtienen datos precisos.

La encuesta se realizó a la administradora general del hotel, en la que se estructuran preguntas sobre la áreas del hotel como lo es el área de lineamientos estratégicos, área de mercadeo y ventas, área de producción y operación, área financiera, área talento humano, área asociativa con el fin de

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

conocer el estado actual del hotel y proponer plan de mejoramiento, y darle paso a la realización de la documentación necesaria para cada una de las áreas desde el apoyo administrativo por parte del estudiantado de la Universidad Tecnológica de Pereira.

La encuesta consta de 74 preguntas cerradas con única respuesta (Véase anexo 01).

7. DEFINICION Y ELEMENTOS DEL PLAN DE DIRECCIONAMIENTO

ESTRATEGICO PARA EL ENTREPALMAS ECOLODGE HOTEL CAMPESTRE

En el plan se identifican elementos esenciales para la formulación desde ciertas directrices, que se adoptan en pro de unos objetivos, estrategias y acciones.

Teniendo en cuenta el análisis de la estructura que se conoce de un Plan de direccionamiento para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, es importante conocer algunas definiciones de dirección estratégica y propuesta administrativa de forma general que se adapte a cualquier organización, estableciendo a su vez los contenidos idóneos para su formulación.

Según Camacho (2002, p. 2) [2], el direccionamiento estratégico "Es considerado un enfoque gerencial que consiente a la alta dirección determinar un rumbo claro, también busca promover las actividades que son necesarias para que la organización trabaje en la misma dirección". Involucrando a que el dirección estratégica valla más allá de lo simple y lo tradicional de la planeación.

Por otro lado Thompson y Strickland (2004, p. 6) [3] la definen como "el proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, pensamiento & gestión, 28. Universidad del Norte, 85-106, 2010 89 Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación y después, con el transcurso del tiempo, iniciar cualesquier ajustes correctivos en la visión, los objetivos, la estrategia, o su ejecución que parezcan adecuados".

Al mismo tiempo Díez de Castro y García del Junco (2001, p. 223) [4] "la dirección estratégica es un proceso para la dirección de las relaciones de la firma con su ambiente. Consta de planificación estratégica, planificación de la capacidad y dirección del cambio".

Simultáneamente Ansoff y McDonell (1990) [5] Esta percepción ha influido de manera directa los resultados de los programas de planeación estratégica dando origen a la participación activa tanto de los directores como de los demás empleados con un énfasis en la ejecución de los planes estratégicos.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

En conclusión el plan de direccionamiento estratégico es entendido como la herramienta idónea para la dirección estratégica de cualquier organización y esta a su vez permite que los objetivos y metas se enfoquen hacia una misma dirección, donde se establezcan las respectivas actividades y estrategias que proporcionen el cumplimiento, permitiendo el análisis del entorno en el que esté funcionando cualquier organización.

8. RESULTADOS OBTENIDOS

8.1 Diagnostico empresarial

A continuación se presentan los resultados obtenidos después del análisis y la recolección de datos en el Hotel Entrepalmas Ecolodge.

8.2 Matriz de evaluación por áreas

Componente	Porcentaje obtenido	Porcentaje máximo
Área de lineamientos estratégicos de la empresa	5,4	16.67
Área de mercadeo y ventas de la empresa	13,5	16.67
Área de producción y operaciones	5,4	16.67
Área financiera de la empresa	5,4	16.67
Área de talento humano de la empresa	1,3	16.67
Área de asociatividad de la empresa	5,4	16.67
TOTAL	36,4	100

Tabla 3. Matriz de evaluación por áreas.

COLOMETRÍA
Mayor al 70% verde

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

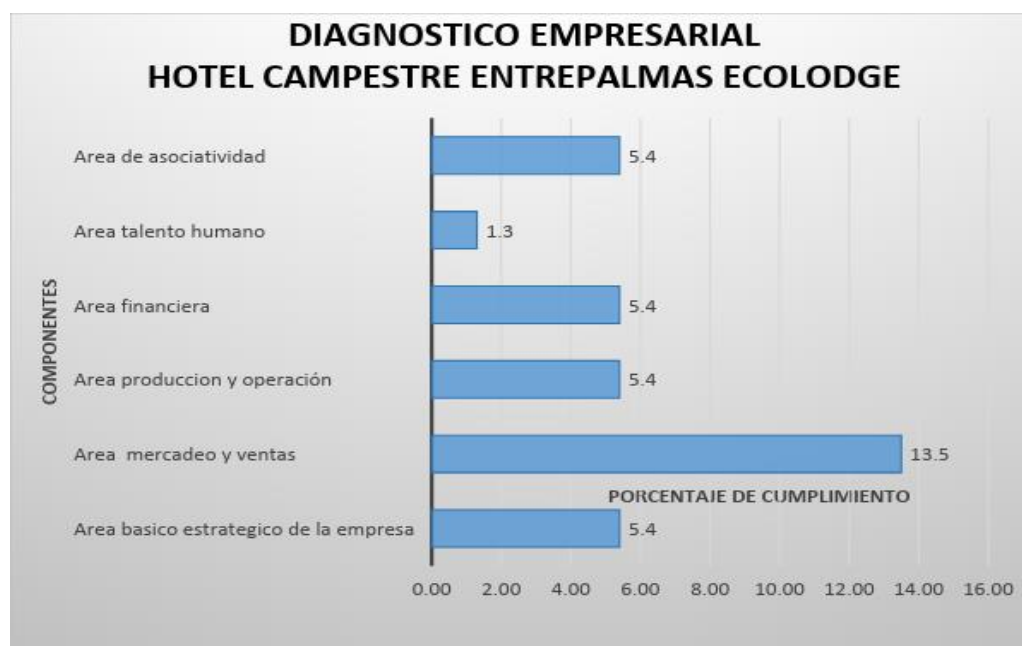
Entre el 40 y el 70%
amarillo

Tabla 4. Calificación Matriz Evaluación por área.

La matriz de evaluación por áreas está estructurada bajo los seis componentes denominados áreas estratégicas del hotel, que junto al porcentaje arrojado permite realizar la evaluación a cada área específica y obtener un resultado que es asociado a la tabla denominada Colometria que tiene previamente establecidos unos porcentajes de calificación, seguido de un porcentaje máximo base de 16.67% que oriente al hotel a alcanzar un nivel óptimo del 100 % en el cumplimiento por áreas.

8.3 Análisis de los resultados encontrados.

En el siguiente gráfico permite entender de forma numérica y detallada la situación actual del Hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge, seguido del respectivo análisis por cada una de las áreas.



Ilustraciones 2. Resultados obtenidos por áreas.

El gráfico permite entender de una forma más detallada el resultado obtenido por cada una de las áreas, siendo el área de talento humano el de menor porcentaje y el área de mercadeo y ventas el de mayor porcentaje, al tener en cuenta que el porcentaje máximo es de 16.67%.

9. RESULTADOS DE LOS COMPONENTES

Los resultados obtenidos al implementar la herramienta de diagnóstico empresarial del Servicio Nacional de Aprendizaje Sena, la cual fue ejecutada en el Hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge con el fin de evaluar cada una de las áreas del mismo que los lleve a realizar una mejora continua que lo lleve a ser óptimo en un 70 % o superior y que por áreas se alcance el máximo de 16,67.

9.1 Área lineamiento básico estratégico.

En esta área el hotel presenta un 5,4 % de cumplimiento en los indicadores a que como se puede observar en el cuadro establecido a continuación, el hotel no cuenta con algunos elementos que son fundamentales para los procesos tanto internos como externos, pero también cabe resaltar que para obtener una calificación de 5,4% si tiene implementado algunos elementos.

9.2 Área de mercadeo y ventas.

En esta área el hotel presenta un porcentaje de cumplimiento del 13,5%, siendo una de las áreas con mayor cumplimiento, al identificar a su mercado potencial que son nacionales y extranjeros que quieran alojarse con la respectiva familia o en pareja principalmente de ciudades como Cundinamarca, Antioquia, la Costa Caribe y el Valle del Cauca esto en temporada alta y en temporada baja de ciudades como Armenia, Pereira y Manizales, también el hotel es atractivo para extranjeros de Estados Unidos entre otros, y a su nicho de mercado, también cuenta con un portafolio de bienes y/o servicios como lo son el de alojamiento, alimentos y bebidas, actividades deportivas, plan romántico que son orientados al cliente con la finalidad de satisfacer sus necesidades, este a su vez tiene definida la marca “Hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge” que ya que es reconocida a nivel local, nacional e internacional.

9.3 Área producción y operaciones.

En esta área el hotel obtuvo un porcentaje del 5,4%, se observa un comportamiento bajo ya que el establecimiento no tiene definido los objetivos, estrategias, flujogramas o protocolos de procesos para los bienes y servicios que produce, tampoco tiene identificado los indicadores para los procesos productivos en cuanto a las entregas a tiempo.

Pero al obtener una calificación de 5,4 % el hotel cuenta con un mínimo de elementos que son fundamentales para esta área, estando aún muy por debajo del máximo que es de 16,67.

9.4 Área financiera.

En esta área el hotel obtuvo un porcentaje del 5,4%, ya que el hotel no cuenta con muchos elementos de índole financiero, ya que solo en temporada alta se logra llegar al punto de equilibrio. En temporada baja el establecimiento no genera los ingresos necesarios para alcanzarlo.

En la actualidad el hotel se encuentra en expansión ya que se está construyendo una nueva habitación y en los procesos en cuanto a la prestación de servicio no genera una ganancia significativa.

Al finalizar el mes la administradora general realiza un balance en que mide los ingresos y el margen operacional obtenido permitiendo así compararse con el mes anterior, También cuenta con un contador que está solo por prestación de servicio el cual realiza la respectiva administración de los asuntos financieros.

9.5 Área talento humano.

En esta área el hotel obtuvo un puntaje de 1,3%, siendo la área la cual al implementar la herramienta de diagnóstico tuvo menor porcentaje de cumplimiento, en la actualidad el hotel tiene definido una estructura organizacional pero no cuenta con los cargos requeridos para abordar la operación de un hotel con tal magnitud, solo cuenta con cuatro trabajadores de planta y otros por prestación de servicio siendo sin duda alguna uno de los problemas con mayor importancia ya que las personas que están por este tipo de contrato no todo el tiempo están disponibles si se presenta una eventualidad.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

La administradora general tiene conocimiento de todos los procesos, protocolos, funciones pero ella no puede realizar todas las labores del hotel, pero esta persona a su vez desempeña diversos cargos con el fin de brindar un excelente servicio ya que el personal es muy reducido y no se les ha realizado la respectiva capacitación.

El establecimiento no cuenta con un plan de talento humano y según su funcionalidad es de suma importancia, no tiene implementado un protocolo de contratación para sus nuevos colaboradores ni un programa que permita capacitar periódicamente a sus colaboradores en procesos de inducción, entrenamiento y actualización.

Tampoco cuenta con un plan de incentivos para con sus colaboradores, ni realiza una medición constante del desempeño basado en indicadores para con sus colaboradores.

El hotel ya tiene estructurado el manual de funciones para sus colaboradores por ende este ítem permite que en esta área el hotel no esté en 0%.

9.6 Área de asociatividad.

En esta área el hotel obtuvo 5,4%, lo que indica que conoce los beneficios de la asociatividad y estaría dispuesta a participar en procesos asociativos y de transferencia pero falta de tiempo no es posible realizarlo, pero no está interesado en temas de Asociatividad con clúster o cadenas productivas ni en participar en algunos programas como convocatorias y concursos tanto público o privado para acceso a recursos.

10. PLAN DE MEJORAMIENTO

Al hacer una comparación del requerimiento inicial y la propuesta de plan de mejoramiento, se puede constatar que la acción de mejora integra los objetivos propuestos inicialmente, y que por ende al plan de mejoramiento se le debe incluir del documento inicial la identificación de manera técnica de las líneas de negocio existentes en cuanto a los productos y servicios que se ofrecen en cada una, la realización de procesos, procedimientos y protocolos a los servicios y a las áreas de operación del hotel., al que se les califica como urgente e importante para el hotel; también se debe realizar el cuadro de mando integrado que es una herramienta de gestión necesaria para el hotel.

A continuación se propone el plan de mejoramiento que tiene como objetivo la generación de acciones de mejora en los procesos y procedimientos orientados a la gestión de la empresa, la matriz está compuesta por el objetivos a cumplir y la calificación según el nivel de requerimiento con el fin de garantizar la eficiente prestación de los servicios, y el buen uso de los recursos, esto se estableció en la reunión con la administradora general.

PLAN DE MEJORAMIENTO POR ÁREAS			
	NÚMERO DE ITEM	OBJETIVO	CALIFICACIÓN
	1	Identificar de manera técnica las líneas de negocio existentes y los diferentes productos y servicios que se ofrecen en cada línea, con sus respectivas políticas.	1
	2	Determinar los procesos, procedimientos y protocolos necesarios para prestar un servicio de calidad en cada una de las líneas de negocio de la empresa (alojamiento, A&B, actividades, atractivos, planes, paquetes turísticos).	1

Tabla 5. Plan de mejora por áreas.

MÉTODO DE CALIFICACIÓN	
1	<i>Establecimiento de procesos, procedimientos, protocolos y métodos.</i>
2	<i>Área comercial y gestión del talento humano.</i>
3	<i>Planeación estratégica.</i>

Tabla 6. Método de calificación plan de mejora.

11. IDENTIFICACIÓN TÉCNICA DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS LINEAS DE NEGOCIO EXISTENTES.

Este documento de identificación de técnicas de los diferentes productos y servicios de las diferentes líneas de negocio, es generado a partir de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera universitaria, que es fortalecido por la administradora general del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre quien es Administradora del Turismo Sostenible y la docente a cargo Carmen Márquez también Administradora del Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, documento en el cual se realiza el reconocimiento de las líneas de negocio existentes, para este son:

- Alojamiento.
- Alimento y bebidas.
- Servicios complementarios (de cobro).
- Actividades.
- Transporte.
- Atractivos turísticos.
- Expediciones o travesías.
- Pueblos cafeteros.
- Planes turísticos.
- Propuesta de paquetes turísticos.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Cada línea de negocio cuenta con la respectiva descripción facilitando a quienes continúen en el procesos entenderlas a cabalidad, También se hace énfasis en la enumeración de cada producto y servicio con la cantidad unitaria seguido de la cantidad unitaria y la capacidad total para cada uno de los productos y servicios que integran las líneas de negocio del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre. (Véase en anexo 4).

11.1 Servicios complementarios, la experiencia, la experiencia Entrepalmas, el segmento de mercado y canales de distribución de cada producto.

Se identifica que el hotel anteriormente no tenía conocimiento de los servicios complementarios, en este documento se tiene en cuenta las líneas de negocio mencionadas con anterioridad, en cada línea de negocio enlistan los diferentes servicios complementarios con base a la actividad que se desarrolla en las mismas, con las políticas idóneas con el apoyo de la Administración.

SERVICIO COMPLEMENTARIOS	Lavandería (con cobro), Aseo Habitaciones, Wifi, Zona húmeda: Piscina y turco, Spa entrepalmas, Cancha de Vóley playa, Futbolito, Salón de juegos de mesa. (Billar pool, sapa, parques, cartas, jenga, rummyq, domino), Parqueadero, Decoración de la habitación especial , Traslado en campero al hotel, Desayuno incluido en el valor de su habitación, Cámaras de seguridad, Roomservice, Áreas designadas para huéspedes fumadores, Servicio de despertar, Información turística, Atención personalizada, Televisión por cable, Juegos infantiles.
POLITICAS	1.Check In 15:00.2.Check Out 13:00. 3. Edad mínima requerida para realizar el check in es de 18 años, no se permite el ingreso a menores de edad sin compañía de sus padres. 4.Rechaza la explotación de niños, niñas y adolescentes en todas sus modalidades. 5.No se hace cargo de la pérdida de objetos de valor. 6.Se requiere de una tarjeta crédito para garantizar la reserva. 7. No habrá reembolsos por NO SHOW, salidas anticipadas o cancelación con menos de 5 días de anticipación a la fecha de check-in. 8.Cancelacion de reserva. 9. Los niños hasta los 6 años no realizan pago y se pueden colocar camas adicionales como corrales, se puede alojar máximo un niño el cual no paga por habitación. 10. El huésped debe avisar con anterioridad si viaja con niños y edad respectiva. 11. sobreventa: El hotel pagara un noche con impuestos incluidos en un hotel igual o de similar categoría. 13.Se le ofrecerá al huésped traslado hacia el nuevo hotel.

Tabla 7. Identificación de servicios complementarios y políticas.

Para este documento de sienten en cuenta variables fundamentales para su construcción como lo es el grado de despreocupación que abarca dos elementos fundamentales que son enlistar las posibles preocupaciones del huésped y las estrategias para dar solución a dichas situaciones, otra variables fundamental es el valor añadido identificado para cada una de las líneas de negocio de las que cabe resaltar las 3 más importantes:

- Ubicado en el paisaje cultural cafetero.
- Infraestructura típica cafetera.
- Decoración de la habitaciones orientadas a la fauna autoctonoa de la región.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Otras variables que integran el documento son la prestación, el ambiente, la actitud del personal y la personalización. Las variables mencionadas anteriormente permiten conocer la experiencia del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre. (Véase en anexo 5).

12. PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS PARA CADA LINEA DE NEGOCIO

Al tener claro los elementos anteriores para la formulación de la identificación de las líneas de negocio, se realiza el documento de procesos, procedimientos y protocolos necesarios para cada una de las líneas de negocio existentes en el hotel Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, que se conforma con los siguientes elementos:

- Línea de negocio.
- Descripción.
- Proceso.
- Documentos.

Para la ejecución del documento se tienen en cuenta los procesos de cada línea de negocio desde la parte inicial del servicio hasta su finalización. (Véase en anexo 6).

12.1 Alojamiento.

A la línea de negocio de alojamiento, se le realiza la respectiva descripción, en la que se hace énfasis en que es la línea de negocio más importante para el hotel, siendo la razón de ser de la misma, haciendo énfasis en el segmento de mercado al cual va orientado, los procesos iniciales y finales y los documentos requeridos.

A continuación se anexa la información de la línea de negocio de alojamiento.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

ALOJAMIENTO	<p>Tiene como objetivo brindar servicio de hospedaje a las familias que son el segmento de mercado principal</p> <p>Entrepalmas Ecolodge Hotel</p> <p>Compraste cuenta con 10 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:</p> <p>3 habitaciones cada una con cama de 1.40, donde se pueden hospedar 2 personas por habitación</p> <p>7 habitaciones cada una con cama de 30 donde se puede hospedar 43 personas por habitación</p> <p>Los nombres de la habitaciones hacen honor a los animales que visitan con frecuencia el lugar, y están estratégicamente ubicadas para que el huésped en algún momento de la estadía disfrute de los sonidos y la presencia.</p>	1. PROMOCIÓN Y VENTA.	<p>1.1 Proceso de manejo de canales electrónicos. (Listado de canales electrónicos).</p> <p>1.2 Listado de tarifas.</p> <p>1.3 Calendario de temporadas (alta, media y baja).</p> <p>1.4 Material de venta (Tarjetas de presentación, Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).</p>
		2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva de alojamiento.
		3. CHECK IN.	<p>3.1 Proceso de check In.</p> <p>3.2 Lista de registro.</p>
		4. LIMPIEZA DE HABITACIONES.	<p>4.1 Proceso de limpieza de habitación.</p> <p>4.2 Hoja de control de limpieza.</p>
		5. LIMPIEZA DE ÁREAS.	<p>5.1 Proceso de limpieza de áreas.</p> <p>5.2 Hoja de control de limpieza.</p>
		6. CHECK OUT.	6.1 Proceso de recibimiento de la habitación.
			6.2 Cuenta final.

Tabla 8. Procesos, procedimientos y protocolos para Alojamiento.

Al realizar el reconocimiento de la línea de negocio de alojamiento, se plantean los siguientes documentos que contribuyen a la buena prestación de este servicio, cumpliendo a cabalidad con lo requerido por el hotel.

- Proceso de canales electrónicos.
- Proceso para tomar una reserva.
- Lista de registro.
- Proceso de limpieza de habitaciones.
- Ficha de control de limpieza.
- Proceso de limpieza de áreas.
- Proceso de Check In.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

- Proceso de Check Out.

12.2 Alimentos y bebidas.

A la línea de negocio de Alimentos y bebidas, se le realiza la respectiva descripción, en la que se hace énfasis en que es la segunda línea de negocio más importante para el hotel, haciendo énfasis en los procesos gastronómicos al adoptar las recetas tradicionales de la región cafetera, que llevan a reconocer los procesos iniciales y finales y los documentos requeridos.

A continuación se anexa la información de la línea de negocio de A&B.

ALIMENTOS Y BEBIDAS	<p>El servicio consiste en brindar alimentos durante las diferentes horas del día con ingredientes que se cultivan al interior de la finca y sus alrededores para el disfrute de todos los huéspedes distribuidos así:</p> <p>Desayuno (7:30 am a 10:30 am), almuerzo (12:30 pm a 3:00 pm), comida (7:00 pm a 9:00 pm) y antojitos</p> <p>El área está compuesta por una cocina tradicional y una cocina típica con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.</p>	1. PREPARACIÓN DEL SERVICIO	1.1 Formato de registro de platos disponibles. 1.2 Formato de solicitud de insumos. 1.3 Instructivo de mise and place para desayuno, almuerzo y cena. 1.4 Instructivo de atención a la mesa.
		2. PREPARACIÓN DE LOS PLATOS	2.1 Recetas de sabores ancestrales.
		3. LLEGADA DEL HUESPED AL RESTAURANTE.	3.1 Instructivo de atención a la mesa.
		4. SOLICITUD DEL SERVICIO.	4.1 Menú restaurante. 4.2 Comanda.
		5. BPM	5.1 Plan de limpieza y desinfección de cocinas. 5.2 Buenas practicas manufactureras en alimentos.
		6. CIERRE DEL SERVICIO.	6.1 Finalización del servicio. 6.2 Se estipula cuenta del servicio en la cuenta final de Check Out.

Tabla 9. Procesos, procedimientos y protocolos para A&B.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Al ejecutar el debido reconocimiento de la línea de negocio de A&B, se plantean los siguientes documentos que contribuyen a la buena prestación de este servicio, cumpliendo a cabalidad con lo requerido por el hotel.

- Formato de solicitud de insumo.
- Instructivo de mise and place para desayuno, almuerzo y cena.
- Instructivo de atención a la mesa.
- Ficha Receta estándar.
- Plan de limpieza y desinfección de cocinas.

12.3 Servicios complementarios.

A la línea de negocio de Servicios complementarios, se le realiza la respectiva descripción, en la que se hace énfasis en que es la tercera línea de negocio más importante para el hotel, al ser una línea de negocio de cobro es importante para la prestación del servicio, y contribuye al reconocimiento de los procesos iniciales y finales y los documentos requeridos.

12. A continuación se anexa la información de la línea de negocio de A&B.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (De cobro).	Se diseña con el objetivo de generar tiempo de ocio y esparcimiento y poder brindar servicios complementarios al huésped. Además los servicios complementarios como: Servicio de lavandería, actividades turísticas, transporte, atractivos turísticos y expediciones.	1. SOLICITUD DEL SERVICIO.	1.1 Menú de servicios complementarios. 1.2 Toma de la solicitud. 1.3 Planeación de la actividad. 1.4 Entrega.
---	--	----------------------------	--

Tabla 10. Procesos, procedimientos y protocolos para servicios complementarios.

Al hacer el reconocimiento de la línea de negocio de Servicios complementarios, se plantea el siguiente documento que contribuye a la buena prestación de este servicio, cumpliendo a cabalidad con lo requerido por el hotel.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

- Menú de servicios complementarios.

13. PROCESOS, PROCEDIMIENTOS PARA LAS ÁREAS DE APOYO.

Para las áreas de apoyo administrativo se proponen los documentos que se anexan a continuación, con el fin de brindar apoyo en las cotizaciones que se realizan con los clientes en el momento de hacer una reserva y el procedo de contratación que es fundamental para toda empresa:

Proceso de contratación y Manual de cotización.

MANUAL DE COTIZACIÓN		PROCESO DE CONTRATACIÓN	
ITEM		ITEM	
1	Solicita la cotización de alguno de los servicios del hotel.	1	Reclutamiento de personal. Se da inicio a la etapa de reclutamiento de personal en diversos medios: Carteleras de la Organización, correos electrónicos del personal, internet (redes sociales, temporales, entre otros), especificando el perfil requerido.
2	Realizar preguntas necesarias para elaborar cotización.	2	Revisión hoja de vida. Se realiza la preselección de las hojas de vida recibida o recepcionadas según el perfil del cargo que se está buscando.
3	a). Tipo de servicio que solicita.	3	Entrevista. Re alizar las llamadas de citación para entrevista, para todos los cargos se realiza una entrevista con el jefe inmediato o con la Gerencia General, si así se requiere.
4	b). Fechas de ingreso y salida.	4	Selección. Si se aprueba la etapa anterior, se selecciona al candidato, determinando y comunicándole las fechas de ingreso, requisitos de contratación y la siguiente documentación: <ul style="list-style-type: none"> - Fotocopia de la cedula al 150%. - Certificado de afiliación a la EPS. - Firma de documento de contacto en caso de emergencia. - Especificar donde tiene la pensión y cesantías.
	c).Número de personas (Adultos y niños menos de 6 años).		
	d).Tipo de acomodación.		
	e). (Características del servicio).		
5	Elaborar la cotización.	5	Cierre de la vacante y contratación. Se realiza el respectivo cierre a la vacante, se estipula el tipo de contratación y se procede a firmar contrato, realizar las respectivas afiliaciones a la seguridad social, carnetización, entre de dotación.
6	Porque medio requiere la cotización: Correo electrónico, Whatsapp, otros.	6	Inducción. Se da inicio al proceso de inducción donde se le explica todo lo que corresponde al hotel y a su puesto de trabajo.
7	Hacer seguimiento a la cotización.	7	Capacitación. Se brinda el conocimiento sobre las labores a desarrollar en el puesto de trabajo y el desarrollo de habilidades del personal para cubrir exitosamente el puesto.

Tabla 11. Manual de cotización y proceso de contratación.

14. PROMESA SE SERVICIO.

Se propone la promesa de servicio para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, basada en el compromiso corporativo para con los clientes del hotel, donde se tiene en cuenta los elementos de los servicios prestados, es la base fundamental de la ejecución y planeaciones de las actividades en la que se relaciona la creación de las respectivas estrategias para prestar un excelente servicio al cliente, donde se hace participe todas las áreas de la organización como en este caso el hotel, quienes inciden en la realización de la política de servicio como se puede observar a continuación:

	<p>“ENTREPALMAS HOTEL CAMPESTRE Es un hotel orientado a la prestación de servicios para la satisfacción del huésped”</p>	
<p>PROMESA DE SERVICIO</p>		<p>POLÍTICA DE SERVICIO</p>
<p>Estamos comprometidos a brindar a nuestros huéspedes una excelente calidad en los servicios ofrecidos por el hotel, basado en nuestro amplio conocimiento y calidez humana que se ve reflejada en la prestación de un servicio personalizado, brindando un extenso portafolio de productos y servicios que se realizan al interior y exterior del hotel generando confiabilidad a los huéspedes y efectividad en los procesos.</p>		<p><u>Alcance de la política</u> Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre enmarcado en los valores institucionales, se compromete a desarrollar acciones encaminadas a la prestación de servicios turísticos de calidad, con un personal capacitado con actitud de servir que contribuya al crecimiento personal y la transformación hacia una eficiente cultura del servicio, con el fin de satisfacer las necesidades del huésped.</p>
<p>RNT No. 41676</p>		

Ilustraciones 3. Promesa de servicio y política de servicio.

15. FICHA TÉCNICA DE ELEMENTOS ASIGNADOS EN CADA PUESTO DE TRABAJO.

Se realiza la ficha de control de dotaciones para elementos de protección personal y dotación, el cual sirve como barrera de protección ante posibles peligros que se puedan presentar durante la operación y prestación de un servicio, brindando condiciones mas seguras a los colaboradores

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

velando por la integridad física y psicológicas, evitando accidentes o posibles enfermedades, también tiene el objetivo de brindar el control idónea en el momento de entregar la dotación al personal, en caso de pérdida u otros sucesos que se puedan presentar, asegurando la limpieza y el uso adecuado a los elementos entregados.

La dotación entregada a los colaboradores idóneos para cada puesto de trabajo para su protección personal asegura la excelente prestación del servicio, en conjunto con los dispositivos, accesorios y vestimenta para evitar posibles lesiones.

REGISTRO DE ENTREGA DE ROPA DE TRABAJO Y ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL				
ENTREPALMAS ECOLOGUE HOTEL CAMPESTRE				
NOMBRE Y APELLIDO DEL TRABAJADOR:				
CARGO:			DIRECCIÓN:	
Descripción breve del puesto/s de trabajo en el/los cuales se desempeña en trabajador:			Elementos de protección personal, necesarios para el trabajador según el puesto de trabajo:	
	PRENDAS	CANTIDAD	FECHA DE ENTREGA	FIRMA DEL TRABAJADOR
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
	ELEMENTO DE PROTECCIÓN	CANTIDAD	FECHA DE ENTREGA	FIRMA DEL TRABAJADOR
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

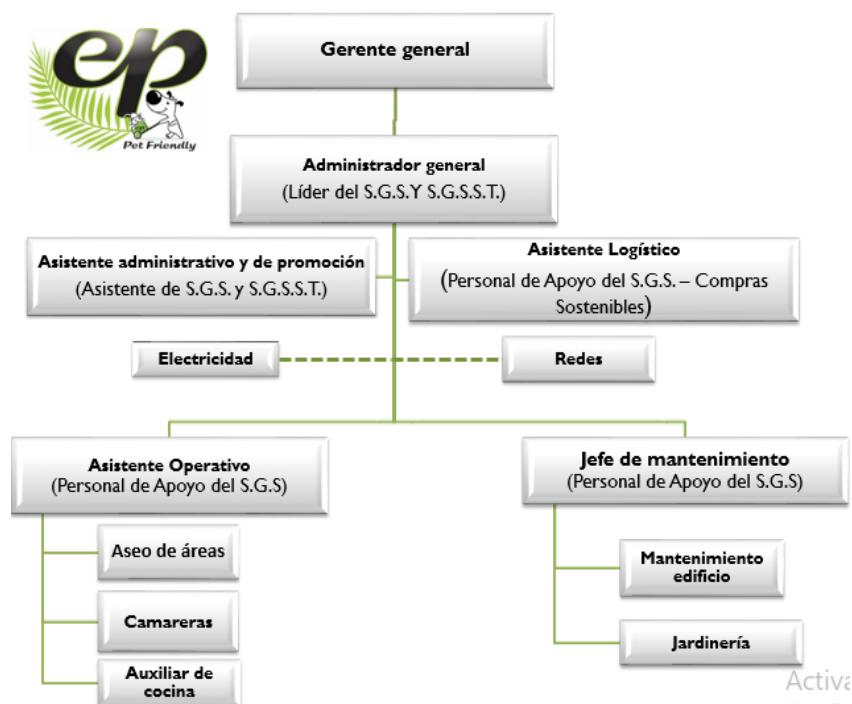
Tabla 12. Registro de dotación y elementos de protección.

16. MARCO ESTRATEGICO.

16.1 Estructura orgánica del establecimiento.

Dentro del marco estratégico del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, se realizan los respectivos aportes al organigrama, el cual anteriormente no era muy acorde con los puestos que integran el hotel, el cual se estructura acorde a las directrices esenciales para identificar los puestos de trabajo mínimos requeridos para la eficiente operación de un hotel nuevo en el mercado.

A continuación se anexa la imagen del organigrama estipulado en el marco estratégico:



Ilustraciones 4. Estructura organizacional.

16.2 Programa de sensibilización e información.

Para las capacitaciones anuales que se realizan en el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, se propone el documento denominado programa de sensibilización e información para los colaboradores presentes y futuros, siendo un proceso que tiene como objetivo principal velar por el comportamiento interno de los colaboradores, el cual refuerza las buenas practicas sobre los temas a fines.

Otro objetivo fundamental del documento es enseñar las habilidades idóneas, que permitan a una persona realizar debidamente las funciones específicas asignadas por el área administrativa según cada cargo.

¿Por qué es necesario un programa de sensibilización e información?

- Contribuye a adquirir el debido conocimiento sobre las amenazas externas y externas.
- Capacitar al personal en todos los procesos y procedimientos en cada línea de negocio.
- Permite a la empresa en este caso el hotel, mejorar el desempeño organizacional de sus colaboradores.

16.3 Políticas.

A continuación se anexan las políticas generadas para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre.

Políticas generales

- El hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge, si se permite el acceso de mascotas
- El hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge rechaza la explotación de niños, niñas y adolescentes en todas sus modalidades.
- El hotel Campestre Entrepalmas Ecolodge no se hace cargo de la perdida de objetos de valor dentro y fuera de las habitaciones.

Políticas de reserve

- Check In 4:00 pm

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

- Check Out 2:00 pm
- Edad mínima requerida para realizar el check in es de 18 años, no se permite el ingreso a menores de edad sin compañía de sus padres (Presentar documento de autorización en caso contrario)
- Se requiere de una consignación de un 50% del valor de la reserva para garantizarla.

El hotel cuenta con diferentes condiciones de cancelación:

No show

- En caso de que el huésped no se presente sin dar previo aviso con 14 días hábiles al Check-in, no se hace devolución del 50 % pagado como garantía de la reserva.

Retiro anticipado

- En caso que el huésped se retire del Hotel antes de lo previsto, en una larga estadía (superior a tres noches), en todos los casos deberán cancelar 40% del valor de las noches restantes.

Cancelación de reserva

- Ninguna reserva es reembolsable, si se cancela anticipadamente se podrá retomar dentro de los siguientes días, teniendo en cuenta que estará sujeto a disponibilidad y tarifas.

Sobreventa

- En caso de que el hotel Campestre Entre Palmas no pueda brindar el servicio de hospedaje contratado por el huésped, el Hotel por su propia cuenta, encontrara adecuadas alternativas para suplir el servicio, que sea por lo menos igual o mejor a los beneficios contratados originalmente.
- El hotel Campestre Entre Palmas pagara una noche con impuestos incluidos en un hotel igual o de similar categoría.

Se le ofrecerá al huésped traslado gratuito hacia el nuevo hotel.

Menores de edad

- Los niños hasta los 6 años no realizan pago cuando están acompañados de sus respectivos padres y duermen con ellos.
- El huésped debe avisar con anterioridad si viaja con niños y edad respectiva.
- Presentar documento que sea soporte para verificar el parentesco con el menor.

16.4 Manual de incentivos.

También se realiza al interior del hotel el manual de incentivos que tiene como objetivo, conocer el rendimiento de los colaboradores y el compromiso que se tiene para el cumplimiento de los objetivos en cada cargo, Generando la motivación del colaborador quien mostrara una actitud más motivadora y eficiente, mejorando en un porcentaje significativo en la curva de desempeño.

El documento consta de todo los cargos que están estipulados en la estructura orgánica del Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, el manual consta de un incentivo monetario y otro no monetario, con los objetivos, estrategias y metas que verifican el mejoramiento en el desempeño.

HOTEL CAMPESTRE ENTREPALMAS ECOLODGE					
CARGOS	MONETARIO	NO MONETARIO	OBJETIVO	ESTRATEGIAS	METAS
GERENTE GENERAL	* Bono de \$200.000 como reconocimiento a su compromiso con la empresa. * Celebración del cumpleaños con la decoración de su puesto de trabajo. * Anchetas navideñas (anuales).	Reconocimiento al frente de todos los empleados del Entrepalmas Ecolodge por su compromiso con la empresa.	Recompensar el desempeño del trabajador por el tiempo laborado.	Hacer seguimiento efectivo al momento de planear y dirigir a los empleados, que se realice de una manera responsable ya que al ser el miembro mayor de la jerarquía es ejemplo a seguir.	Hacer posible este incentivo cada 6 meses llevando un control del desempeño del trabajador y la satisfacción del mismo.

Tabla 13. Manual de incentivos.

16.5 Objetivos y metas, a corto, mediano y largo plazo.

Se presenta la propuesta para establecer los objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo, para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, que fue aprobada por el área administrativa para ser publicada en la recepción del establecimiento hotelero.

A continuación se anexan la propuesta de objetivos y metas para el hotel.

METAS	OBJETIVOS
<p>Corto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un proceso de capacitación al personal para brindar un buen servicio a los huéspedes que visitan el hotel. - Ser reconocidos a nivel nacional por medio de elementos publicitarios como la página web y otros elementos de promoción. - El hotel se registrará en las páginas de turismo más influyentes buscando así incentivar a los turistas a preferirnos. <p>Mediano</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener un alto flujo de visitantes que se interesen no solo por alojarse en el hotel también pretenda realizar los talleres y/o disfrutar del paquete turístico. - Alcanzar punto de equilibrio y rentabilidad del hotel. <p>Largo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser reconocidos a nivel internacional como un hotel que cuenta con alto estándares de calidad y excelentes servicios. - Contar con el capital para expandir las instalaciones del hotel incorporando más habitaciones. 	<p>Corto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser conocidos como un hotel campestre con diversidad de palmas en la ciudad de Pereira, que cuenta con productos diferenciadores. - Tener una alta ocupación tanto en la temporada alta como en la temporada baja. - Lograr una satisfacción óptima en el huésped para cumplir con sus <p>Mediano</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posicionarse como la mejor opción de hospedaje campestre con altos estándares de calidad en la ciudad de Pereira. - Establecer un sistema de costos que nos permita hacer uso adecuado de los recursos. - Realizar alianzas estratégicas con parque temáticos, agencias de viaje tour operadoras con el fin de promocionar el hotel. <p>Largo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcanzar la calidad total en la oferta de servicios de la ciudad de Pereira. Generar empleo a la comunidad local e incentivar al crecimiento económico de las mismas. - Dentro de seis años, llegar a ser un hotel rentable y sólido, los cuales se evalúan a través de los resultados constantes del balance general. Tener una mayor rentabilidad encima del punto de equilibrio

Ilustraciones 5. Objetivos y metas.

16.6 Matriz DOFA.

La matriz DOFA, es una herramienta de planificación que debería ser aplicada por toda empresa no solo en el momento de apertura, si no también durante su operación, ya que permite los enfoques claros sobre los aspectos positivos y negativos de una empresa, en este caso el hotel.

Fue creada por Alberts Humphrey, que tiene como objetivo fundamental dar a conocer la situación de la empresa, desde la realización de un análisis interno orientado a las Fortalezas y

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Debilidades del hotel, y en la misma forma realizar un análisis externos de Oportunidad y Amenazas orientados al sector y a la competencia, permitiendo establecer estrategias para cada aspecto identificado. La herramienta a su vez permite que el hotel tenga una visión clara sobre el sector en donde está establecida.

Para la utilización de esta herramienta se realiza el análisis con base al Plan de direccionamiento estratégico para el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, siendo fundamental e impórtate, para el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.

A continuación se anexa el formato de aplicación de la matriz DOFA:

<div> <div>Externas</div> <div>Internas</div> </div>	Oportunidades	Amenazas
	- - - -	- - - -
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
- - - -		
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
- - - -		

Tabla 14. Matriz DOFA.

16.7 Balanced scorecard.

Para hacer efectivo el plan direccionamiento estrategico, se hace uso de la herramienta que permite realizar el enlace de las estrategias propuestas con los objetivos y el respectivo plan de acción, que son claves para el desempeño, el Balanced Scorecard (BSC), a través de cuatro perspectivas fundamentales de la empresa:

- Perspectiva financiera.
- Perspectiva del cliente.
- Perspectiva del proceso interno.
- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento.

También se tiene en cuenta una calificación según cada meta establecida que son: Optimo, Tolerable y deficiente que se expresa en porcentajes de cumplimiento.

DIMENSIONES	BRINDAR PRODUCTOS Y SERVICIOS EN UNA AMPLIA OFERTA TURISTICA, ORIENTADA AL DESCANSO, LA RELAJACIÓN Y ESPARCIMIENTO, CONTAR CON UN RECONOCIMIENTO LOCAL Y REGIONAL CON UN GRAN FLUJO DE VISITANTES QUE LA RESPALDAN.	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	INDICADORES	METAS	PROGRAMAS EN ACCIÓN	Optimo	Tolerable	Deficiente
PERSPECTIVA FINANCIERA								

Tabla 15. Balanced scorecard.

16.8 Registro de quejas y reclamos.

Se presenta la propuesta del formato de quejas y reclamos, que tiene como objetivo principal atender de forma oportuna las peticiones, quejas y reclamos que realizan los clientes durante la prestación del servicio, donde la empresa tiene la obligación de atenderla de forma inmediata y realizar la debida retroalimentación de los servicios ofrecidos por el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre y de esta manera realizar el fortalecimiento de la oferta.

Documento que fue aprobado por el área administrativa, en caso de presentarse dicho caso.

Empresa _____
Formato de Quejas y Reclamos

Fecha _____ Radicación _____
Casilla para la empresa

*Nombre Completo _____
 Cedula _____
 Dirección _____
 Teléfonos de Contacto _____
 Dirección electrónica _____
*No es obligatorio su información

Motivo de la Queja o Reclamo

___ Personal ___ Limpieza ___ Ubicación ___ Instalaciones y servicios
 ___ Confort ___ Relación calidad y precio ___ Wifi ___ Comidas ___ Otros
 ¿Cuales? _____

Haga un relato claro de los hechos:

Anexa algún documento Si ___ No___ describalo:

Agradecemos sus observaciones y serán atendidas en el menor tiempo posible
 ¡GRACIAS!

17. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

17.1 Conclusiones

Este informe final fue orientado a la práctica empresarial conducente a trabajo de grado de la Universidad Tecnológica de Pereira del programa de Administración del Turismo Sostenible, que fue realizada en el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, en el que se realiza el respectivo apoyo administrativo en las diferentes áreas que integran el hotel en los procesos y procedimientos que llevan al buen funcionamiento del mismo, proceso que incorporo un amplio crecimiento orientado a los conceptos y contribuyo a la formación no solo profesional sino también en la personal para quien en poco tiempo será una egresada del programa. Donde se afirma que se adquiere los elementos necesarios para el desempeño futuro, siendo esencial, poder fortalecer con el proceso de las prácticas empresariales que es fundamental lo aprendido en correlación con los estudios ya realizados.

A su vez se logra ejecutar el diagnostico empresarial al hotel, herramienta que permitió conocer la situación actual de los procesos internos y externos, por medio de la entrevista estructurada y dio pie a la creación del plan de mejoramiento que permitió subsanar ciertas falencias encontradas, esta herramienta le sirve al hotel en especial al área administrativa para próximas investigaciones de su estado.

Con respecto a los documentos que surgen del plan de mejoramiento, es importante que el hotel le dé el uso adecuado a dicha información, que le permitirá mejorar en los procesos y procedimientos para cada una de las líneas de negocio identificadas al interior del documento y le permita seguir posicionándose en el mercado hotelero.

Por otra parte, en cuanto al apoyo administrativo realizado por la estudiante del programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, y la

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

documentación generada le sirva como herramienta a la Administradora General del hotel para mejorar de forma significativa en cada una de las áreas del hotel y en los procesos y procedimientos tanto internos como externos.

Para finalizar cabe resaltar que el Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre, abrió sus puertas para que futuros practicantes de la Universidad Tecnológica de Pereira del programa Administración de Turismo Sostenible, pueda realizar la práctica empresarial en el hotel con el fin de fortalecer su aprendizaje y formarse para su vida profesional.

17.2 Recomendaciones

En los procesos administrativos que se debe ejecutar en cualquier empresa del sector hotelero, es importante la constante realización de las respectivas investigaciones que orienten a conocer la situación actual del establecimiento y a su vez que permita diagnosticar su desempeño al interior de la organización, puesto que por medio de este apoyo administrativo se llega a dar soluciones idóneas que subsanen las falencias a través del plan de mejoramiento o alternativas de solución estratégicas.

Por consiguiente se recomienda al Entrepalmas Ecolodge Hotel Campestre lo siguiente:

- Trabajar arduamente para que la empresa se pueda organizar y consolidar con base a las estrategias surgidas en el apoyo administrativo.
- Que la empresa realice estrategias que le permitan posicionarse administrativa y sosteniblemente en el mercado para lograr el éxito.
- También se recomienda ejecutar de forma correcta la aplicación de las tablas que surgen del apoyo administrativo por parte de la estudiante de la Universidad Tecnológica de Pereira.
- Se recomienda actualizar la documentación cada año con el fin de asegurar su debida utilidad.
- Contratar a un practicante de turismo sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, para que ayude con la continuidad de los procesos.
- Incluir los documentos que surgen de dicho apoyo administrativo en las AZ del área administrativa.

18. REFERENCIAS

- [1] Ponce, A. R. (2004). Administración de empresas teoria y practica. En A. R. Ponce, *Administración de empresas teoria y practica* (pág. 188). México: LIMUSA, S.A. de C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES Balderas 95, México, D.F.

18. BIBLIOGRAFIA

- [2] Camacho M., M. (2002). Direccionamiento estratégico: análisis de una herramienta poderosa. *Revista Vía Salud* (21), 2.
- [3] Thompson, A. & Strickland, A. J. (2004). Administración estratégica: textos y casos. (13 Ed.). México: McGraw-Hill.
- [4] Díez De Castro, E. P, García Del Junco. J. Fayerman D., Martín J., F. & Períáñez C., R.. (2001). Administración y dirección. Madrid: McGraw-Hill.
- [5] Ansoff, I. H. & Mcdonell, E. (1990). *Implanting strategic management* (2a Ed.). New York: Prentice Hall.

18. ANEXOS

19.1 Anexo 1 - Herramienta de diagnóstico empresarial.

A continuación se presenta la herramienta de diagnóstico del Servicio de Aprendizaje SENA con las respectivas preguntas por cada una de las áreas, junto a la calificación obtenida al implementarla en el hotel entrepalmas ecolodge, con el respectivo método de calificación con el color correspondiente en donde el color rojo se le asigna al No y el color verde al Sí.

LINEAMIENTOS BÁSICOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

1. ¿La empresa tiene definida su misión?	
2. ¿La empresa tiene claridad sobre cuáles son sus debilidades y fortalezas? (análisis interno)	
3. ¿La empresa tiene claridad sobre cuáles son sus oportunidades y amenazas? (análisis externo).	
4. ¿La empresa tiene definida su visión?	
5. ¿En la empresa existen políticas internas de mercados, ventas, producción, talento humano y financiera?	
6. ¿La empresa tiene definidos objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo?	
7. ¿La empresa tiene definidos indicadores de gestión?	
8. ¿La empresa hace seguimiento permanente al cumplimiento de los indicadores de gestión?	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

9. ¿La empresa cuenta con algún sistema de aseguramiento de la calidad y de mejora continua?	
10. ¿La empresa cuenta con programas de gestión ambiental?	
11. ¿La empresa Cuenta con líneas de producto?	
12. ¿los productos de tu empresa tienen un carácter distintivo?	
13. ¿La empresa tiene definido el organigrama con sus respectivas funciones?	
14. ¿Es competitiva la estructura de tu empresa?	
PERSPECTIVA MERCADEO Y VENTAS	
1. ¿La empresa cuenta con un plan de mercadeo? (objetivos, estrategias, mezcla como: producto, precio, promoción, comunicación, distribución, servicio)	
2. ¿La empresa tiene identificado su mercado potencial?	
3. ¿La empresa tiene identificado su nicho de mercado?	
4. ¿La empresa cuenta con un presupuesto anual para desarrollar las estrategias de mercadeo?	
5. ¿La empresa cuenta con portafolio de bienes y/o servicios?	
6. ¿La empresa cuenta con marca para los bienes y servicios que comercializa?	
7. ¿La marca de los bienes y servicios que la empresa comercializa está debidamente registrada?	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

8. ¿La empresa sabe cuál es su competencia directa? (que productos venden, a quienes, precios de venta, etc.)	
9. ¿La empresa conoce cuáles son sus elementos diferenciadores frente a sus competidores?	
10. ¿La empresa hace periódicamente estudios de sus competidores directos?	
11. ¿La empresa hace seguimiento periódico a las metas de mercado establecidas?	
12. ¿La empresa tiene claramente definidos e identificados a sus clientes?	
13. ¿La empresa realiza periódicamente medición de satisfacción de sus clientes?	
14. ¿La empresa cuenta con una promesa de servicio para con sus clientes? (calidad, post venta, garantías)	
15. ¿La empresa mide la efectividad de su estrategia comercial?	
16. ¿La empresa exporta?	
17. ¿La empresa cuenta con un plan exportador?	
18. ¿Quiénes son tus principales competidores?	
19. ¿Dispone su negocio de un Plan de Comunicación Comercial?	
PERSPECTIVA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	
1. ¿La empresa cuenta con un plan de producción? (Objetivos, estrategias, flujogramas o protocolos de procesos para los bienes y servicios que produce)	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

2. ¿La empresa tiene identificados indicadores para los procesos productivos? (indicadores de entregas a tiempo, de reproceso)	
3. ¿En la empresa existen criterios definidos para selección y evaluación de proveedores?	
4. ¿La empresa cuenta con una distribución de planta, equipos, mobiliario, distribución de áreas de trabajo, conforme a la reglamentación existente para el sector?	
5. ¿En la empresa existe rotación óptima de inventarios de materias primas (FIFO - primero en entrar primero en salir)?	
6. ¿En la empresa son registrados los problemas de calidad que se presentan y las acciones correctivas implementadas?	
7. ¿En la empresa existen fichas técnicas de todas las materias primas, producto terminado y maquinaria, equipo?	
8. ¿En la empresa se asegura la calidad a los productos/servicios comprados?	
9. ¿En la empresa existe un programa de mantenimiento definido de la maquinaria y equipo de mantenimiento?	
10. ¿En la empresa tiene implementado manuales de seguridad e higiene industrial?	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

11. ¿En la empresa se conocen los datos de productividad de la compañía (Resultados/recursos utilizados)?(Total ventas / Σ (costos mano obra, materia prima, gastos administrativos y ventas)	
12. ¿Sigues una política de mejora de los productos existentes, y de creación de otros nuevos?	
13. ¿Se tiene definida una política de compras adecuada a la actividad de la empresa?	
PERSPECTIVA FINANCIERA	
1. ¿La empresa cuenta con un plan contable y financiero? (ingresos, gastos, costos e inversiones, flujo de caja?	
2. ¿La empresa cuenta con balances y estados de resultados o libro de operaciones diarias?	
3. ¿La empresa cuenta con indicadores financieros?	
4. La empresa analiza periódicamente sus estados financieros, índices e indicadores?	
5. ¿La empresa calcula con regularidad indicadores de productividad? (EBITDA) y toma decisiones con base a sus resultados)	
6. ¿La empresa calcula y analiza con regularidad los indicadores financieros de liquidez?	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

7. ¿La empresa con regularidad calcula indicadores de endeudamiento y toma decisiones con base a sus resultados?	
8. ¿La empresa con regularidad calcula indicadores de rentabilidad, ROE, ROI, y/o ROA y toma decisiones con base a sus resultados?	
9. ¿La empresa cuenta con libros de contabilidad y/o libro fiscal de operaciones? (libro diario)	
10. ¿Cada uno de sus activos fijos, maquinaria, equipos, herramientas, mobiliario, equipo de oficina; están debidamente registrados en documento escrito? (inventarios)	
11. ¿La empresa hace periódicamente cálculos de su punto de equilibrio y margen operacional? (UTILIDAD OPERACIONAL/INGRESOS OPERACIONALES*100)	
12. ¿La empresa cuenta con una estructura humana necesaria para administrar los asuntos financieros? (contador, revisor fiscal, auxiliar de contabilidad, etc)	
13. ¿La empresa ha alcanzado el punto de equilibrio?	
PERSPECTIVA TALENTO HUMANO	
1. ¿La empresa tiene un plan de gestión del talento humano? (administración del talento humano y modelos metodológicos de instrumentación de las competencias laborales)	
2. ¿La empresa cuenta con protocolo de contratación para sus nuevos colaboradores?	
3. ¿La empresa tiene una estructura orgánica definida?	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

4. ¿La empresa cuenta con manuales, procedimientos de funciones de sus colaboradores? (responsables, actividades, ejecución, verificación)	
5. ¿La empresa cuenta con un programa de capacitación para los colaboradores? (inducción, entrenamiento y actualización)	
6. ¿La empresa cuenta con un plan de incentivos para con sus colaboradores?	
7. ¿La empresa cuenta con medición del desempeño basado en indicadores para con sus colaboradores?	
8. ¿La empresa realiza con frecuencia evaluación de clima organizacional?	
9. ¿Se valoras la productividad de los recursos humanos y técnicos de comercial y administración?	
PERSPECTIVA ASOCIATIVIDAD	
1. ¿Conoce y entiende qué es un modelo asociativo?	
2. ¿Conoce cuáles son los objetivos y ventajas de asociarse?	
3. ¿La empresa se ha interesado en temas de Asociatividad con clúster o cadenas productivas?	
4. ¿La empresa estaría interesada en participar en redes del sector productivo donde pertenece (acceso a redes de proveeduría)	
5. ¿La empresa estaría interesada en participar en algún programa tanto público o privado para acceso a recursos? (convocatorias, concursos, etc.)	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

6. ¿La empresa estaría dispuesta a realizar transferencia de conocimiento y experiencias a otras organizaciones o viceversa?



METODO DE CALIFICACIÓN	
Si su respuesta es - SI	
Si su respuesta es - NO	

Fuente: Servicio de aprendizaje SENA –herramienta de diagnóstico.

19.2 Anexo 2 - Matriz de evaluación por áreas.

La matriz de evaluación por áreas está compuesta por seis componentes denominados áreas estratégicas del hotel, que junto al procedimiento a seguir que permite realizar la evaluación a cada área específica y obtener un resultado que es asociado a la tabla denominada Colometria que tiene previamente establecidos unos porcentajes de calificación, seguido de un porcentaje máximo base de 16.67%.

Componente	Porcentaje obtenido	Máximo

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

Área de lineamientos estratégicos de la empresa	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área.	16.67
Área de mercadeo y ventas de la empresa	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área	16.67
Área de producción y operaciones	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área	16.67
Área financiera de la empresa	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área	16.67
Área de talento humano de la empresa	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área	16.67
Área de asociatividad de la empresa	= El máximo multiplicado por % Obtenido del área	16.67
		100

COLOMETRÍA
Mayor al 70% verde
Entre el 40 y el 70% amarillo
Menor al 40% Rojo

Fuente: Servicio de aprendizaje Sena – Matriz de evaluación por área.

19.3 Anexo 3 - Organización y planificación empresarial

A continuación se evidencia el planteamiento inicial requerido por el hotel, según las necesidades existentes, el cual cambia su estructura y requerimientos al implementar la herramienta de diagnóstico la cual integra la mayoría de los elementos aquí propuestos.

1. ORGANIZACIÓN

A partir de la situación actual de la empresa, diseñar los documentos necesarios que permitan estructurar los procesos, procedimientos y protocolos necesarios para llevar a cabo la operación del establecimiento.

1.1 Realizar el diagnostico empresarial de Entrepalmas ecolodge hotel campestre y con base en este, describir la situación actual de la empresa.

1.2 Identificar de manera técnica las líneas de negocio existentes y los diferentes productos y servicios que se ofrecen en cada línea.

1.3 Determinar los procesos, procedimientos y protocolos necesarios para prestar un servicio de calidad y acorde con la normatividad vigente, en cada una de las líneas de negocio de la empresa.

1. Alojamiento,

2. A&B

3. Actividades

4. Atractivos

5. Planes

6. Paquetes turísticos

1.4 Determinar los procesos y procedimientos necesarios para las áreas de apoyo a la operación del establecimiento.

1. Administración

2. Comercial

3. Mantenimiento y seguridad

1.5 Actualizar los manuales de estructura y de funciones de acuerdo con los procesos establecidos.

2. PLANIFICACIÓN

1.2.1. Marco legal de la organización

1.2.2. Análisis estratégico organizacional

1.2.2.1. Matriz DOFA

1.2.2.2. Definición de objetivos organizacionales (corto, mediano y largo plazo)

1.2.2.3. Cuadro de mando integrado

1.2.2.4. Misión

1.2.2.5. Visión

1.2.2.6. Valores corporativos

1.2.2.7. Políticas empresariales

1.2.3. Manual de estructura

1.2.4. Manual de funciones

1.2.5. Aliados estratégicos

Fuente: Hotel Campestre Entrepalmas hotel – Requerimiento inicial.

19.4 Anexo 4 - Identificación técnica de los diferentes productos y servicios de las líneas de negocios existentes.

LINEAS DE NEGOCIO	DESCRIPCIÓN	PRODUCTOS Y SERVICIOS	CANT	CAP UNIT	CAP TOTAL
ALOJAMIENTO	El servicio consiste en brindar servicio de alojamiento, el hotel cuenta con 10 habitaciones, 3 dobles y 7 múltiples. En el proceso de selección de nombres se adopta de la fauna allí presente con el ánimo de reconocer las especies autóctonas de la región y la riqueza natural de la zona.	Habitación doble básica (El Loro)	1	2	2
		Habitación doble estándar (El Colibrí y La Tórtola)	2	2	4
		Habitación suite doble (El Carpintero)	1	4	4
		Habitación estándar cuádruple (Los Canarios y El Alcaraván)	2	4	8
		Habitación estándar quintuple (La Garza, Los Cardenales y La Iguana)	3	5	15
		Habitación suite familiar (La Ardilla)	1	7	7
		TOTALES	10	40	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	El servicio consiste en brindar comida típica de la región con ingredientes que se cultivan al interior de la finca, productos naturales para el disfrute. El área está compuesta por una cocina tradicional y una cocina típica con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.	Desayunos	7	40	40
		Almuerzos	17	40	40
		Cenas	12	40	40
		Antojitos	9	40	40
		Cocteles y licores	9	40	40
		Bebidas	26	40	40
		TOTALES	80	240	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (De cobro).	El servicio consiste en brindar una serie de actividades y recursos complementarios con un cobro adicional, que permita brindar un servicio con calidad.	Servicio de lavandería			
		Decoración de la habitación	2	5	10
		Decoración de la mesa	6	2	12
		Dog Friendly (Alojamiento y guardería)	1	10	10
		Serenata	1	40	40
		TOTAL	10	57	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

ACTIVIDADES	El servicio consiste en brindar un amplio portafolio de actividades que se realizan en el hotel y sus alrededores, donde se puede observar los frondosos cafetales que integran la flora de la región y la fauna que son de disfrute para el cliente.	Salón para eventos sociales y/o empresariales	1	40	40
		Renta de bicicletas y equipo de ciclomontañismo	15	4	60
		Recorridos guiados de senderismo	3	15	45
		Recorridos guiados de ciclomontañismo	7	10	70
		Cabalgatas	2	3	6
		Proceso del café y el aguacate	1	15	15
		TOTALES	29		
TRANSPORTE	El servicio consiste en brindar transporte a los huéspedes, desde el aeropuerto y terminal al hotel o diferentes atractivos turísticos que caracterizan la ciudad de Pereira y pueblos cafeteros cercanos.	Traslado aeropuerto – hotel – aeropuerto	1	4	4
		Terminal - hotel- terminal	1	4	4
		Hotel- parque del café - hotel	1	4	4
		Hotel - panuca - hotel	1	4	4
		Aeropuerto - Ukumary - hotel	1	4	4
		Hotel - Ukumary - Hotel	1	4	4
		Hotel - Finlandia - Hotel	1	4	4
		Hotel - Termales - Hotel	1	4	4
		Hotel - Finlandia - Salento - Hotel	1	4	4
		TOTALES	9	36	
ATRACTIVOS TURÍSTICOS	El servicio consiste en ofertar los atractivos turísticos que integran el paisaje cultural cafetero, que son de interés y fascinación de los turistas por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.	Hacienda cafetera La Elvira			
		Panaca			
		Parque del Café			
		Parque de los arrieros			
		Paraíso del bambú y la guadua			
		Termales de San Vicente			
		Termales de Santa Rosa			
		Parque recreacional las bailarinas			
		Eco parque los yarumos			
		Jardín botánico y mariposario			
		Granja pinares en Chinchiná			
		Rancho califonia			
		Recuca			
		Cristo Rey de Balboa			
		Granja de Mama Lulú			

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

EXPEDICIONES O TRAVESIAS	El servicio consiste en brindar actividades de aventura, con el contacto directo con la naturaleza y las diversas actividades desarrolladas en los sitios específicos.	Vuelo en globo			
		Nevado de Santa Isabel			
		La laguna del Otún			
		Tatama			
		Santuario de fauna y flora			
		Valle del cócora			
		Cima paramillo del Quindío			
		La ruta del artesano			
		Tour de la ruta del Cacao			
		Laguna + nevado			
		Estación Pereira			
		Balsaje la verreaquera			
PUEBLOS CAFETEROS	El servicio consiste en ofertar los pueblos cafeteros, elementos turísticos, ambientales, paisajísticos e históricos, se suma su gran riqueza arquitectónica en la zona urbana, y de manera especial en el parque principal, por la uniformidad y colorido de sus balcones tradicionales bellamente adornados y conservados por sus propietarios.	Finlandia			
		Salento			
		Pijao (Quindío)			
		Marsella			
		Buenavista			
PLANES TURÍSTICOS (ALOJAMIENTO + A&B + ACTIVIDADES)	El servicio consiste en brindar planes turísticos en el que se integran los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, actividades que contribuyan a la buena prestación del servicio según cada plan turístico (romántico) o de índole empresarial.	Plan romántico			
		Plan romántico Musical.			
		Plan romántico con cabalgata.			
		Plan romántico todo incluido			
		Plan de integración empresarial			
		Pasadía			
		Plan reunión, conferencia o capacitación empresarial			
		Plan evento social			

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

PAQUETES TURÍSTICOS (ALOJAMIENTO + A&B + ACTIVIDADES + TRANSPORTE + ATRACTIVOS, EXPEDICIONES O TRAVESIAS)		2 noches 3 días, visita nevado, am pm y refrigerio			
		2 noches 3 días, publicando			
		Plan matrimonio 2 noches 3 días (preboda, alojamiento y fiesta boda)			
		Plan familias (alojamiento, am, pm visita atractivo, si son varios días, un recreacionista que los integre)			
		Plan desintoxicación empresarial o familiar, alojamiento, am pm, refrigerio y actividades durante el día guiadas			

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

19.5 Anexo 5- Servicios complementarios, la experiencia, la experiencia entrepalmas, los segmentos de mercado y canales de distribución.

LINEAS DE NEGOCIO	EXPERIENCIA						
	GRADO DE DESPREOCUPACIÓN =0		VALOR AÑADIDO	PRESTACIÓN	EXPERIENCIA		
	LISTADO DE POSIBLES PREOCUPACIONES	ESTRATEGIAS			AMBIENTE	ACTITUD DEL PERSONAL	PERSONALIZACIÓN
ALOJAMIENTO	1. Que el hotel no tenga cobertura de WIFI en todas las áreas. 2. Que la habitación no se limpie correctamente. 3. Que el hotel no brinde la seguridad necesaria. 4. Que el hotel no cuente con zonas húmedas. 5. Que no se brinde un servicio de calidad y buen servicio al cliente.	1. Brindar cobertura de la red de WIFI en todo el hotel. 2. Limpiar las habitaciones correctamente según el protocolo de limpieza. 3. Contratar personal de seguridad para el hotel. 4. Implementar zonas húmedas para el disfrute del cliente. 5. Capacitar al personal en la prestación del servicio y la calidad.	1. Ubicado en el paisaje cultural cafetero. 2. Infraestructura típica cafetera.		Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.	Cuenta con un personal sociables, amigables, amables, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	1. Que los alimentos no estén bien preparados. 2. Que los alimentos no tengan la cocción necesaria. 3. No contar con las óptimas condiciones para la prestación del servicio. 4. No contar con una buena infraestructura y se evidencia suciedad. 5. Que el personal no utilice los elementos de protección para realizar los alimentos (Gorro, tapabocas etc..).	1. Realizar seguimiento en la preparación de alimentos según la norma previamente establecida. 2. Generar estándares de calidad en el proceso de preparación de los alimentos. 3. Ser óptimos en la prestación del servicio. 4. Contar con la infraestructura idónea generano limpieza para la prestación del servicio seguir protocolo de A&B.	4. Planes románticos. 5. Oferta gastronómica autóctona de la región. 6. Actividades internas de animación y recreación.		Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.	Cuenta con un personal sociables, amigables, amables, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

ACTIVIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que el clima varíe y no permita realizar la actividad. 2. No contar con un guía especializado. 3. No brindar un buen servicio. 4. No contar con personal capacitado y desconosca lo que esta ofertando. 5. Que las actividades no satisfagan las necesidades y espectativas del visitante. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tener un plan B (Actividades alternas) y estar sujetos a cambios de clima. 2. Contratar guiaz previamente certificados y capacitarlos. 3. Brindar un servicio de calidad al cliente. 4. Capacitar al personal. 5. Estructurar bien las actividades con el fin de satisfacer las necesidades del cliente con cada una de las actividades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicado en el paisaje cultural cafetero. 2. Infraestructura típica cafetera. 		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.</p>	<p>Cuenta con un personal sociables, amigables, amables, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.</p>	
TRANSPORTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que el tranposte no este en optimas condiciones para prestar el servicio de traslado. 2. Que el vehiculo presente fallas en el traslado. 3. Que el conductor no sea amable y no tenga buen servicio con el cliente. 4. Que no se tenga disponibilidad del servicio cuando se requiera. 5. Que el traslado sea demorado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar periodicamente la revisión del carro propuesto para el traslado, verificar que este en buen estado. 2. Realizar tecnomecanica. 3. Capacitar al conductor en elementos de amabilidad, buen trato y servicio al cliente. 4. Tener a disposición del huesped el vehiculo cada que lo requiera. 5. Establecer un tiempo determinado para cada traslado. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Planes romaticos. 5.Oferta gastronomic a autoctona de la región. 6.Actividades internas de animación y recreación. 		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.</p>	<p>Cuenta con un personal sociables, amigables, amables, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.</p>	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

TRANSPORTE	<p>1. Que el tranposte no este en optimas condiciones para prestar el servicio de tralado.</p> <p>2. Que el vehiculo presente fallas en el traslado.</p> <p>3. Que el conductor no sea amable y no tenga buen servicio con el cliente.</p> <p>4. Que no se tenga disponibilidad del servicio cuando se requiera.</p> <p>5. Que el traslado sea demorado.</p>	<p>1. Realizar periodicamente la revisión del carro propuesto para el trazlado, verificar que este en buen estado.</p> <p>2. Realizar tecnicomecanica.</p> <p>3. Capacitar al conductor en elementos de amabilidad, buen trato y servicio al cliente.</p> <p>4. Tener a disposición del huesped el vehiculo cada que lo requiera.</p> <p>5. Establecer un tiempo <u>determinado para cada traslado.</u></p>	<p>4. Planes romaticos.</p> <p>5.Oferta gastronomic a autoctona de la región.</p> <p>6.Actividades internas de animación y recreación.</p>		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodida de las habitaciones .</p>	<p>Cuenta con un personal sociables, amigables, amables, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.</p>
ATRACTIVOS TURÍSTICOS	<p>1. Que el atractivo no sea lo que se espera. 2. No poder realizar todas la actividades. 3. Que el clima varie y no permita realizar la actividad.</p> <p>4. Que las actividades no satisfagan las necesidades y espectaticas del visitante.</p> <p>5.No se brinde seguridad al visitante.</p>	<p>1. Hacer que la experiencia sea memorable. 2. Establecer un itinrerario en donde se abarque todas las actividades.</p> <p>3. Establecer actividades en caso de que el clima varie.</p> <p>4. Estructurar bien las actividades con el fin de satisfacer las necesidades del cliente con cada una de las actividades.</p>	<p>7. Alianzas estrategicas con prestadores de servicio para actividades externas.</p>		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodida de las habitaciones .</p>	

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

<p>EXPEDICIONES O TRAVESIAS (NATURALES Y CULTURALES)</p>	<p>1. No brinden recomendaciones antes de realizar las actividades. 2. No contar con un guía especializado. 3. Que no se le entreguen los elementos de protección para las actividades. 4. Que se generen accidentes. 5. Que el clima varíe y no permita realizar la actividad.</p>	<p>1. Dar las respectivas recomendaciones antes de realizar las actividades. 2. Contratar personal especializado en Guianza. 3. Realizar la entrega de los respectivos elementos de protección antes de las actividades. 4. Brindar un servicio de calidad con el fin de prevenir accidentes. 5. Establecer actividades en caso de que el clima varíe.</p>	<p>4. Planes románticos. 5. Oferta gastronómica autóctona de la región. 6. Actividades internas de animación y recreación.</p>		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.</p>
<p>PUEBLOS CAFETEROS</p>	<p>1. No se brinde seguridad al visitante. 2. Tener pocos atractivos. 3. No tener establecidas actividades para el disfrute del visitante. 4. Pérdida de la identidad cultural. 5. No se conserve la infraestructura autóctona del lugar.</p>	<p>1. Generar estrategias que brinden seguridad al visitante. 2. Tener un amplio portafolio de atractivos turísticos propios de la región. 3. Realizar un itinerario en el que se estructuren las actividades a realizar. 4. Rescatar y respetar los elementos en cuanto a costumbres o tradiciones del lugar.</p>	<p>7. Alianzas estratégicas con prestadores de servicio para actividades externas.</p>		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.</p>

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

<p>PLANES TURÍSTICOS (ALOJAMIENTO + A&B + ACTIVIDADES)</p>	<p>1. Que no se decoró como el cliente espera. 2. Que la decoración no se realice a tiempo. 3. Que el salón sea muy pequeño. 4. Que el salón no esté en óptimas condiciones para realizar la actividad empresarial o social. 5. Que no se realicen las actividades propuestas.</p>	<p>1. Establecer con el cliente lo que requiere para la decoración del plan que desea. 2. Realizar la decoración con un día de anterioridad. 3. Comunicar al cliente la capacidad del salón y tener alternativas que satisfagan sus necesidades. 4. Realizar las adecuaciones necesarias para que el salón sea óptimo. 5. Realizar un itinerario en el que se estipule lo que se va a realizar según el protocolo.</p>	<p>1. Ubicado en el paisaje cultural cafetero. 2. Infraestructura típica cafetera.</p>		<p>Ambiente de tranquilidad (Naturaleza). Comodidad de las habitaciones.</p>	<p>Cuenta con un personal sociable, amigable, amable, con iniciativa y predisposición para brindar un excelente servicio a los huéspedes.</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

19.6 Anexo 6- Procesos, procedimientos y protocolos para cada línea de negocio.

PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS REQUERIDOS	
PROCESO	DOCUMENTOS
1. PROMOCIÓN Y VENTA.	1.1 Proceso de manejo de canales electrónicos. (Listado de canales electrónicos). 1.2 Listado de tarifas. 1.3 Calendario de temporadas (alta, media y baja). 1.4 Material de venta (Tarjetas de presentación, Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).
2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva de alojamiento.
3. CHECK IN.	3.1 Proceso de check In. 3.2 Lista de registro.
4. LIMPIEZA DE HABITACIONES.	4.1 Proceso de limpieza de habitación. 4.2 Hoja de control de limpieza.
5. LIMPIEZA DE ÁREAS.	5.1 Proceso de limpieza de áreas. 5.2 Hoja de control de limpieza.
6. CHECK OUT.	6.1 Proceso de recibimiento de la habitación.
	6.2 Cuenta final.
1. PREPARACIÓN DEL SERVICIO	1.1 Formato de registro de platos disponibles. 1.2 Formato de solicitud de insumos. 1.3 Instructivo de mise and place para desayuno, almuerzo y cena. 1.4 Instructivo de atención a la mesa.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

2. PREPARACIÓN DE LOS PLATOS	2.1 Recetas de sabores ancestrales.
3. LLEGADA DEL HUESPED AL RESTAURANTE.	3.1 Instructivo de atención a la mesa.
4. SOLICITUD DEL SERVICIO.	4.1 Menú restaurante. 4.2 Comanda.
5. BPM	5.1 Plan de limpieza y desinfección de cocinas. 5.2 Buenas practicas manufactureras en alimentos.
6. CIERRE DEL SERVICIO.	6.1 Finalización del servicio. 6.2 Se estipula cuenta del servicio en la cuenta final de Check Out.
1. SOLICITUD DEL SERVICIO.	1.1 Menú de servicios complementarios. 1.2 Toma de la solicitud. 1.3 Planeación de la actividad. 1.4 Entrega.
1. PROMOCIÓN Y VENTA.	1.1 Listado de canales electrónicos que los ofertan. 1.2 Listado de tarifas 1.3. Listados de fotos del servicio 1.4 Listado de material de venta (Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).
2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva. 2.2 Contestación de reserva. 2.3 Confirmación de reserva.
3. LLEGADA DEL HUESPED.	3.1 Recibimiento del huésped. 3.2 Lista de registro.
4. REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD.	4.1 Proceso para el inicio de las actividades.
5. CIERRE DE LA ACTIVIDAD.	5.1 Finalización de la actividad. 5.2 Se estipula cuenta de las actividades en la cuenta final de Check Out.

PROCESO DE TRANSPORTE	1.1 Solicitud de traslado. 1.2 Llegada del huésped. 1.3 Realizar traslado.
1. PROMOCIÓN Y VENTA.	1.1 Listado de canales electrónicos que los ofertan. 1.2 Listado de tarifas 1.3. Listados de fotos del servicio 1.4 Listado de material de venta (Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).
2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva del atractivo. 2.2 Contestación de reserva. 2.3 Confirmación de reserva.
3. LLEGADA DEL HUESPED.	3.1 Recibimiento del huésped.
4. REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EN EL ATRACTIVO.	4.1 Proceso para el inicio de las actividades.
5. CIERRE DE LA ACTIVIDAD EN EL ATRACTIVO.	5.1 Finalización de la actividad. 5.2 Se estipula cuenta del atractivo turístico en la cuenta final de Check Out.
1. PROMOCIÓN Y VENTA.	1.1 Listado de canales electrónicos que los ofertan. 1.2 Listado de tarifas 1.3. Listados de fotos del servicio 1.4 Listado de material de venta (Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).
2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva del atractivo. 2.2 Contestación de reserva. 2.3 Confirmación de reserva.

Encabezado: Planeación estratégica y propuesta administrativa

3. LLEGADA DEL HUESPED.	3.1 Recibimiento del huésped. 3.2 Lista de registro.
4. REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE EXPEDICIÓN.	4.1 Proceso para el inicio de las actividades.
5. CIERRE DE LA ACTIVIDAD.	5.1 Finalización de la actividad. 5.2 Se estipula cuenta de actividades de expedición en la cuenta final de Check Out.
1. PROMOCIÓN Y VENTA	1.1 Listado de canales electrónicos que los ofertan. 1.2. Listados de fotos del servicio 1.3 Listado de material de venta (Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios).
2. LLEGADA DEL HUESPED	2.1 Recibimiento del huésped. 2.2 Lista de registro.
3. RECORRIDO (Gastronomía, paisaje, arquitectura, costumbres y tradiciones).	3.1 Proceso para el inicio de las actividades.
4. CIERRE DE LA ACTIVIDAD	4.1 Finalización de la actividad. 4.2 Se estipula cuenta de visita a los pueblos en la cuenta final de Check Out.
1. PROMOCIÓN Y VENTA.	1.1 Listado de canales electrónicos. 1.2 Listado de tarifas 1.3. Listados de fotos del servicio 1.4 Calendario de reservas 1.5 Listado de material de venta (Mapa o indicaciones gráficas de acceso, listado de tarifas, fotos, portafolio de productos y servicios). 1.6 Proceso de manejo de canales electrónicos.
2. RESERVA.	2.1 Proceso de reserva de plan turístico. 2.2 Contestación de reserva. 2.3 Confirmación de reserva.
3. CHECK IN.	3.1 Proceso de check In. 3.2 Lista de registro.
4. REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD	4.1 Proceso para el inicio de las actividades.
6. CHECK OUT	5.1 Proceso de Check Out. 5.2 Cuenta final.